

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НОВГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ЯРОСЛАВА МУДРОГО»

На правах рукописи

КИВАРИНА МАРИЯ ВАЛЕНТИНОВНА

**ЭВОЛЮЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЛАСТНЫХ И
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР
В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(экономика предпринимательства)

Диссертация на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Научный консультант
д.э.н., профессор,
Г.И. Грекова

Великий Новгород – 2014

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1 КОЭВОЛЮЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ И ВЛАСТНЫХ СТРУКТУР КАК ВАЖНЕЙШИХ АКТОРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ.....	21
1.1 Модификация роли и функций государства в трансформирующихся экономиках с различным сочетанием элементов предпринимательства и государственного участия.....	21
1.2 Социализация деятельности современных корпораций как результат эволюционных преобразований предпринимательской среды	45
1.3 Модели, формы и особенности современного взаимодействия властных и предпринимательских структур.....	57
ГЛАВА 2 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ	86
2.1 Сущность и функции корпоративной социальной ответственности как многоуровневой экономической категории	86
2.2 Эволюция социальной ответственности бизнеса в современной России	101
2.3 Преимущества и недостатки методов количественной и качественной оценки социальной ответственности предпринимательских структур	118
ГЛАВА 3 СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ	126
3.1 Эволюция социального партнерства: от социального диалога к мультистороннему взаимодействию	126
3.2 Методический подход к повышению эффективности системы социального партнерства на основе сопоставления многокритериальных альтернатив.....	146
3.3 Проблемы и противоречия процесса институционализации системы социального партнерства в Российской Федерации	174

ГЛАВА 4 ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВЛАСТНЫХ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР В МОДЕЛИ КОРПОРАТИВНОГО ГРАЖДАНСТВА	192
4.1 Корпоративное гражданство как высшая форма реализации корпоративной социальной ответственности	192
4.2 Общее и особенное в базовых моделях корпоративного гражданства развитых стран	204
4.3 Основные тенденции формирования корпоративного гражданства в современной России	235
ГЛАВА 5 КОНЦЕПЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ	244
5.1 Специфика взаимодействия власти, бизнеса и населения в российских регионах	244
5.2 Методологические аспекты формирования региональной модели социального партнерства	255
5.3 Методика комплексного анализа устойчивости региональной системы с учетом принципов социального партнерства	261
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	286
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	290
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	321

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Современный этап экономического развития промышленно развитых стран характеризуется активизацией взаимоотношений государства и бизнеса, социально ориентированной экономической политикой, сформированной системой корпоративной социальной ответственности, разнообразием форм социальных инвестиций бизнеса, а также становлением и развитием корпоративного гражданства. Ключевым фактором дальнейшей эволюции экономических систем является совершенствование взаимодействия государства и бизнеса, призванное отражать интересы всего общества в разрешении важнейших социальных проблем начала XXI века.

Анализ мирового опыта свидетельствует, что степень государственного участия в экономике определяется не только уровнем социально-экономического развития страны, но и зависит от особенностей ее национального пути развития, что предопределяет многообразие форм взаимодействия бизнеса и государства. Более того, использование одних и тех же форм в разных странах нередко приводит к различным результатам. В связи с этим для российской экономической науки актуализируется проблема изучения накопленного опыта взаимодействия власти и бизнеса, возможности его применения в современной России, а также вероятных позитивных и негативных последствий.

Исследование эволюции взаимодействия российского бизнеса и власти позволяет констатировать заметное изменение роли каждого из них в экономической системе, расширение круга субъектов социальной политики и значительное расширение роли предпринимательских структур в решении многих социально-экономических проблем. В результате чего особую

важность приобретает вопрос определения сфер социальной ответственности каждого из участников взаимодействия. Более того, в тех сферах, где интересы взаимодействующих сторон пересекаются, необходимо субординировать и институционализировать порядок их действий, соблюдая при этом оптимальный баланс между основной и социальной деятельностью бизнеса.

До настоящего времени баланс интересов отечественного бизнеса и органов государственной власти и управления в вопросах дальнейшего социально-экономического развития страны еще не найден. Декларируемые правительством намерения зачастую остаются нереализованными, что снижает доверие предпринимателей к власти, ведет к оттоку капитала за рубеж, ухудшает инвестиционный климат в стране. Одновременно с этим возрастает фискальное давление на бизнес, а социальные ожидания государственных структур все больше усиливаются. Ситуация усугубляется недостаточной эффективностью механизмов государственного регулирования экономики, а также ограниченностью возможностей использования в российской практике цивилизованных инструментов общественного влияния как на бизнес, так и на власть. Однако именно государство, как важнейший социально-экономический институт и консолидированный работодатель, обязано заботиться о развитии всего гражданского общества. Поэтому именно ему необходимо четко обозначить приоритеты развития страны, содействовать укреплению института социального партнерства, и экономически мотивировать бизнес, подавая ему собственный пример социально ответственного поведения.

Весьма важным представляется также поиск новых форм взаимодействия властных и предпринимательских структур в процессе усиления инновационной составляющей развития России и ее регионов. Переход к инновационной экономике обуславливает необходимость совместного решения бизнесом и государством ряда значимых проблем, таких как: ограниченность доступа отдельных субъектов

предпринимательства к ресурсам, наличие административных барьеров, высокий уровень монополизации, небезопасность предпринимательской деятельности, недостаточная информационная прозрачность органов государственной власти и т.д. Использование новых форм эффективного взаимодействия властных и предпринимательских структур позволит объединить усилия государства и бизнеса для достижения инновационного экономического роста и реновации российской экономики.

Высшая форма взаимодействия власти и бизнеса – корпоративное гражданство – требует концептуализации и теоретико-методологического обоснования, отвечающего как принципам государственного регулирования экономики с учетом интересов всего общества, так и мотивационным установкам предпринимательских структур. Использование новых моделей и механизмов корпоративного гражданства позволит, по мнению автора, стимулировать деловую активность, повысить эффективность государственных расходов, усилить инвестиционную привлекательность страны и ее отдельных регионов.

Все вышеизложенное свидетельствует об актуальности и значимости избранной темы исследования.

Степень разработанности проблемы. Теоретические и практические проблемы взаимодействия властных и предпринимательских структур стали объектом активного изучения во второй половине XX века, когда в мировой управленческой литературе, прежде всего американской, было разработано множество концепций социальной ответственности бизнеса. Среди зарубежных специалистов в исследовании данной темы можно выделить труды Дж. Андерсона, Р. Бломстрема, Б. Блэка, Г. Боуэна, М. Веласкеса, С. Грэйвса, К. Дэвиса, Х. Джонсона, П. Дракера, А. Крейна, А. Кэрролла, Дж. МакГуира, Ж. Муна, Д. Мэттена, М. Портера, С. Сети, А. Спайсера, Д. Старчера, Р. Фишера, М. Фридмена, Р. Хэйвуда, К. Шваба, М. Шварца, А. Шерера, Й. Шумпетера, У. Юри и других.

Наиболее существенный вклад в разработку принципов корпоративной

социальной ответственности внесли такие зарубежные авторы, как С. Адамс, Р. Акерман, М. Барнетт, Т. Брэдгард, Р. Велфорд, Д. Вуд, С. Задек, М. Кларксон, Е. Корнел, А. Кэрролл, А. МакУильямс, Д. Меле, Ф. Миллер, Д. Сигель, Б. Слоб, С. Уильямс, С. Уолтон, П. Уочман, С. Уэддок, М. Форстер, Р. Фриман, М. Хилд и другие.

Среди российских исследователей проблематики корпоративной социальной ответственности следует выделить таких ученых как А.Р. Акопян, Е.Н. Башарина, Ю.Е. Благов, С.В. Братющенко, А.И. Вольский, А.В. Гизатуллин, С.Ф. Гончаров, Н.И. Горин, О.А. Канаева, И.П. Кислицина, Э.М. Коротков, М.И. Корсакова, Н.А. Кричевский, Т.Ю. Кротенко, Д.В. Кузин, Е.Ю. Кузьмина, С.Е. Литовченко, М.Л. Лучко, Р.Н. Павлов, Д.Г. Перекрестов, И.П. Поварич, Е.В. Пруданова, В.С. Пудич, В.Е. Селиверстов, Т.С. Сиваева, Ю.В. Слиняков, И.В. Соклакова, Г.Л. Тульчинский, С.В. Туркин, М.Ф. Черныш, В.А. Шабашев, О.Н. Яковлева.

Концептуальным и практическим аспектам социально-трудовых отношений, социального инвестирования и конструктивного взаимодействия бизнеса, государства и общества посвящены работы Ю.П. Алексеева, С.М. Аристова, Ш.М. Валитова, Н.А. Волгина, А.А. Волкова, С.Н. Глаголева, С.С. Голяка, Б.Д. Залещанского, А.А. Карнаушкина, С.С. Кузнецова, Н.Л. Прохорова, С.В. Ивченко, В.Н. Киселева, А.Е. Костина, В.Т. Кривошеева, Д.В. Ланской, М.И. Либоракиной, С.Е. Литовченко, Г.В. Лысенко, Д.А. Максимова, В.В. Моисеева, И.Н. Мысляевой, А.А. Одинцова, А.Д. Радыгина, В.Г. Смолькова, В.Ф. Уколова, М.Ф. Черныша, А.Е. Чириковой, В.Н. Якимца и других.

Отдельную группу исследований образуют публикации, посвященные изучению российского корпоративизма и корпоративного гражданства. Среди них можно отметить работы И.А. Бунина, А.А. Галкина, А.А. Дынкина, Ю.А. Красина, Н.Ю. Лапиной, И.Б. Левина, Я.Ш. Паппэ, С.П. Перегудова, Д.И. Пискунова, И.С. Семененко, Ф.И. Шамхалова.

Совокупный научный потенциал разработок названных авторов

обеспечил высокий теоретико-методологический уровень исследования тенденций и отдельных форм взаимодействия властных и предпринимательских структур на различных стадиях их эволюционного развития. В то же время исследование корпоративной социальной ответственности, социального партнерства и корпоративного гражданства зачастую ведется изолировано друг от друга, несмотря на то, что корпоративная социальная ответственность выступает фундаментом, на котором развивается социальное партнерство, являющееся основой для формирования корпоративного гражданства. В связи с этим исследование проблем взаимодействия власти и бизнеса требуют системной увязки триады составляющих эволюционного процесса – корпоративной социальной ответственности, социального партнерства и корпоративного гражданства – как органического целого. На взгляд автора, весь комплекс исследований названной триады следует обобщить и систематизировать на основе концептуального единства.

Цель и задачи исследования. *Целью диссертационного исследования* является концептуализация взаимодействия властных и предпринимательских структур, основанного на эволюционном триединстве социальной ответственности бизнеса, социального партнерства и корпоративного гражданства в современной России.

Указанная цель определяет постановку и решение следующих *задач исследования*:

- исследовать изменение содержания функций государства и бизнеса в социо-эколого-экономической системе;
- уточнить понятие «корпорация», сформулировать позитивные и негативные последствия деятельности современных корпораций;
- исследовать современные отношения предпринимательских и властных структур, являющиеся источником устойчивого развития социо-эколого-экономических систем;
- определить основные модели и формы современного взаимодействия

органов государственной власти и бизнеса;

- выявить основные принципы взаимодействия предпринимательских и властных структур в современной России;

- уточнить сущностное содержание корпоративной социальной ответственности (КСО), сформулировать расширенное ее определение и исследовать основные характеристики ее эволюционного развития;

- исследовать уровни корпоративной социальной ответственности;

- определить и субординировать функции социальной ответственности бизнеса;

- уточнить понятие, выявить основные принципы и качественные составляющие социального партнерства, исследовать его институциональные основы;

- исследовать феномен корпоративного гражданства, как высшей формы корпоративной социальной ответственности;

- разработать методику оценки устойчивости региональной системы и апробировать ее на примере Новгородской области;

- предложить основные направления повышения уровня корпоративной социальной ответственности и формирования корпоративного гражданства в Новгородской области.

Научная новизна диссертации. Впервые выделены ключевые составляющие эволюционного взаимодействия предпринимательских и властных структур в современной российской экономике, системно увязанные на основе их концептуального единства, что позволило сформировать методологию обоснования управленческих решений по повышению эффективности взаимодействия государства и бизнеса с целью достижения инновационного экономического роста и реновации российской экономики, а именно:

1. Выявлена эволюционная взаимосвязь между процессами, происходящими в экономике предпринимательства и развитием государственных институтов в условиях перераспределения сфер ответственности за

социально-экономическое развитие страны между государством и бизнесом. Разработан механизм государственного регулирования, который при изменении цели и задач развития национальной экономики через трансформацию форм собственности, способов координации экономической деятельности, воздействуя на структуру экономики, обеспечивает необходимые условия ее поступательного развития.

2. Уточнен термин «корпорация» в рамках теории стейкхолдер-менеджмента, как основной формы организации материального производства. Аргументировано, что целевой функцией современной корпорации является не минимизация издержек или максимизация прибыли, а стабильный рост бизнеса, обеспечивающий безопасное развитие основных социальных групп, напрямую или опосредовано с ней взаимодействующих, на основе чего введено понятие «неокорпорация», как социализированной формы института предпринимательства.

3. Выделены базовые модели взаимодействия органов государственной власти и предпринимательских структур – атомистическая и ассоциированная, а также присущие данным моделям типичные формы взаимодействия власти и бизнеса. Обосновано, что с развитием экономики атомистическая модель трансформируется в ассоциированную, поэтому их практическая реализация в современном обществе представляет собой некое смешение и переплетение, а преобладание одной модели над другой определяется уровнем социально-экономического развития страны.

4. Доказано, что в современной России взаимодействие между предпринимательскими и властными структурами выстроено по принципу «системы обменов», суть которой заключается в том, что на вероятность получения и размер помощи от государства существенное воздействие оказывает вклад бизнеса в социально-экономическое развитие территории присутствия или его политическая поддержка властных структур.

5. Уточнено сущностное содержание корпоративной социальной ответственности как многоаспектной категории, органически связанной с

институциональной средой функционирования предпринимательских структур, стейкхолдеров и общества в целом. Определены и субординированы функции социальной ответственности бизнеса, в результате чего усовершенствована пирамида Кэрролла, в основу которой положена правовая ответственность, внесен дополнительный уровень экологической ответственности, а филантропическая ответственность заменена на стратегическую филантропию. Предложена новая парадигма КСО, отражающая эволюционное единство социального инвестирования, социального партнерства и корпоративного гражданства.

6. Обоснован дуализм сущностного содержания категории «социальное партнерство», с одной стороны, как особой составляющей социально-трудовых отношений, а с другой – как продукта эволюционных трансформаций корпоративной социальной ответственности в результате эволюционных преобразований форм взаимодействия хозяйствующих субъектов. Введено понятие «качество социального партнерства», определены организационные, экономические и социальные факторы, воздействующие на качество партнерских отношений и предопределяющие эффективность функционирования системы социального партнерства. Предложена методика определения приоритетных качественных характеристик социального партнерства на основе разработки индексов попарного сравнения исследуемых альтернатив.

7. Представлено концептуальное видение феномена «корпоративное гражданство»: уточнен и развит понятийный аппарат, разработана базовая модель корпоративного гражданства. Выявлена специфика российской модели корпоративного гражданства и обосновано, что она находится в стадии своего формирования.

8. Предложена методика интегральной оценки устойчивости региональной системы, базирующаяся на использовании частных коэффициентов экономической, социальной и экологической устойчивости, рассчитываемых на основе колеблемости показателей, отобранных для

исследуемых секторов. Выделены зоны устойчивости/неустойчивости региональной системы (на примере Новгородской области). Определено, что устойчивость в Новгородской области закрепилась на низком уровне по сравнению с другими регионами СЗФО и России в целом. Предложены направления по преодолению указанного отставания.

Теоретико-методологические, концептуальные и научно-методические положения, предложенные и обоснованные автором в работе, всесторонне дополняют и расширяют существующую теорию предпринимательства в разделе особенностей функционирования российских субъектов предпринимательства.

Теоретическая и практическая значимость работы. Теоретическая значимость исследования определяется авторским подходом к рассмотрению эволюционных процессов в экономике предпринимательства в их тесной взаимосвязи с развитием государственных институтов в условиях перераспределения сфер ответственности за социально-экономическое развитие страны между государством и бизнесом.

Авторская концепция взаимодействия властных и предпринимательских структур, основанная на триединстве корпоративной социальной ответственности, социального партнерства и корпоративного гражданства, вносит существенный вклад в теорию экономики предпринимательства.

Содержащиеся в работе результаты позволили выявить основные тенденции взаимодействия власти и бизнеса в современной России и вносят определенный вклад в развитие отечественной теории предпринимательства и региональной экономики.

Основные положения, выводы и рекомендации диссертационного исследования могут быть использованы государственными органами власти и управления любого уровня при разработке программ социально-экономического развития регионов, а также предпринимательскими структурами при реализации практик корпоративной социальной

ответственности, социального партнерства и корпоративного гражданства.

Материалы диссертации также используются в преподавании курсов «Основы предпринимательства», «Национальная экономика», «Региональная экономика», «Корпоративная социальная ответственность» и др.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Диссертационная работа выполнена в рамках обозначенной в паспорте ВАК специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством п. 8.20, 8.21, 8.22 (экономика предпринимательства) Паспорта специальности ВАК РФ 08.00.05.

Методология и методы исследования. Теоретической и методологической основой диссертации послужили фундаментальные монографические труды и научные статьи отечественных и зарубежных авторов по проблемам взаимодействия власти и бизнеса, становления и развития корпоративной социальной ответственности, социального партнерства и корпоративного гражданства, а также прикладные разработки, посвященные перечисленным вопросам в отдельных регионах РФ.

Инструментально-методологический аппарат исследования основан на приемах логико-структурного, ситуационного и компаративного анализа в единстве с методами абстракции, индукции и дедукции. В процессе исследования были также использованы экономико-математические методы, методы экспертных оценок, моделирования, приемы ранжирования и корреляции.

Информационно-эмпирической базой исследования послужили законодательные акты РФ, прогнозно-аналитические материалы статистических сборников органов государственной статистики РФ и Новгородской области, прогнозно-аналитические материалы Министерства экономического развития РФ, Центра инновационной экономики и Центра институтов государственного регулирования Института экономики РАН, Института региональных экономических исследований, аналитическая информация российской и зарубежной деловой прессы, включая

специальные периодические издания по исследуемым проблемам, материалы научно-практических конференций, семинаров, интернет-ресурсы, собственные исследования и расчеты автора.

Положения, выносимые на защиту.

1. Изменение, расширение и усложнение традиционных функций государства на индустриальной и постиндустриальной стадиях развития экономических систем, связанные с вовлечением государства в регулирование социальной и экологической сфер жизнедеятельности общества, неизбежно приводит к перераспределению сфер ответственности за социо-эколого-экономическое развитие страны между властными и предпринимательскими структурами, что вызывает необходимость совершенствования государственного регулирования в направлении усиления его адаптивности к эволюционным преобразованиям и модификации целей деятельности бизнеса. Автором разработан механизм государственного регулирования, который при изменении целей и задач развития национальной экономики в условиях возрастания социальной функции государства, воздействует на структуру общественного воспроизводства, обеспечивая необходимые условия поступательного развития социо-эколого-экономической системы посредством трансформации форм собственности и способов координации экономической деятельности.

2. В рамках расширительной трактовки дефиниции «корпорация», а также теории стейкхолдер-менеджмента автором вводится категория «неококорпорация», под которой понимается социализированная форма институционально автономного субъекта экономической системы, реализующего производственную функцию при согласовании своих интересов с интересами основных стейкхолдеров (социальных групп, так или иначе, с ним связанных), в результате чего неококорпорация выступает корпоративным гражданином, ответственным перед обществом, в котором функционирует. Следствием социализации предпринимательских структур

является изменение долгосрочной целевой функции современной корпорации, с максимизации прибыли (минимизации издержек) на стабильное развитие бизнеса, возможное лишь при учете интересов окружающего бизнес-пространства.

3. На основе матрицы взаимодействия властных и предпринимательских структур, разработанной автором в зависимости от экономической силы хозяйствующих субъектов и степени доверия к органам государственной власти, выделены типичные формы их взаимодействия, характерные одной из двух базовых моделей взаимодействия власти и бизнеса, определяемых автором как атомистическая и ассоциированная. Атомистическая модель формируется в условиях низкой экономической силы бизнеса, который представлен отдельными разрозненными конкурирующими между собой предпринимательскими структурами, осуществляющими с государством, в зависимости от степени доверия к нему, одностороннее (лидерство власти) или двустороннее (частное) взаимодействие. В условиях высокой экономической силы бизнеса атомистическая модель трансформируется в ассоциированную, которая в зависимости от степени доверия взаимодействующих субъектов также проявляется в двух формах: при низкой степени доверия возникает «лидерство бизнеса», а при высокой – «партнерство власти и бизнеса». В условиях, когда во взаимодействие власти и бизнеса включаются общественные организации, представляющие интересы населения территории присутствия предпринимательских структур, «партнерство власти и бизнеса» эволюционирует в социальное партнерство.

4. В хозяйственной практике ни атомистическая, ни ассоциированная модели взаимодействия властных и предпринимательских структур не существуют в чистом виде. Национальные экономики чаще всего представляют собой их смешение и переплетение. Преобладание одной модели над другой определяется уровнем социально-экономического развития государства. В промышленно развитых странах преобладает

ассоциированная модель, а в развивающихся – атомистическая, которая с развитием экономики трансформируется в ассоциированную. В современной России процесс преобразования атомистической модели в ассоциированную находится на начальном этапе, поэтому преобладающей формой является частное взаимодействие власти и бизнеса. Однако уже прослеживается тенденция эволюционного перехода к становлению более высокой формы – партнерства, но с сохранением так называемой «системы обменов», имманентно присущей предшествующей форме взаимодействия. «Система обменов» предполагает, что вероятность и величина государственной поддержки предпринимательских структур напрямую зависит от их участия в развитии территории присутствия посредством дофинансирования различных социо-эколого-экономических проектов и программ.

5. Рассматривая корпоративную социальную ответственность как сложную, многоаспектную категорию, тесно связанную со средой функционирования бизнеса, автор определяет ее как совокупность институциональных, социально-экономических, финансовых, политических и прочих отношений, формирующихся в процессе взаимодействия органов государственной власти, предпринимательских структур и населения, необходимых для успешной реализации социальной политики страны или региона. Данное определение положено автором в основу выделения и субординации функций корпоративной социальной ответственности, к которым отнесены организационно-хозяйственная, воспроизводственная, комплементарная, нормативно-этическая, перераспределительная и защитная. Агрегированное представление многоуровневости корпоративной социальной ответственности с учетом названных функций нашло свое отражение в авторской модификации «пирамиды КСО» А. Кэрролла. Основу предложенной автором пирамиды составляет правовая ответственность, базовые уровни дополнены уровнем экологической ответственности, а в вершину положена стратегическая филантропия. Исследование процессов формирования и развития корпоративной социальной ответственности

позволило автору предложить новую парадигму КСО, отражающую эволюционное единство социального инвестирования, социального партнерства и корпоративного гражданства.

6. В условиях, когда во взаимодействие власти и бизнеса включаются общественные организации, представляющие интересы населения территории присутствия предпринимательских структур, «партнерство власти и бизнеса» эволюционирует в социальное партнерство, которое автор рассматривает как симбиоз социально-трудовых отношений и корпоративной социальной ответственности, что является российской спецификой. Сложность институционализации социального партнерства в России предопределена федеративным государственным устройством, в связи с чем экономические институты социального партнерства разделены на макроэкономические, мезоэкономические и микроэкономические, а степень эффективности их функционирования зависит от качества партнерских отношений.

7. Автор определяет качество социального партнерства, как одну из важнейших его характеристик, включающую следующие составляющие: доверие сторон, понимание целей, готовность к разделению выгод и рисков, предотвращение конфликтов, обязательства и ответственность сторон, – наличие которых обеспечивает успех социального партнерства и возможность построения на его основе корпоративного гражданства. С целью выявления приоритетных качественных характеристик социального партнерства в работе использован метод экспертных оценок, что позволило автору определить наиболее значимые факторы, которые, по мнению сторон, участвующих в социальном партнерстве, обеспечивают его качество.

8. В основу разработанной автором модели корпоративного гражданства положено разграничение категорий корпоративная социальная ответственность и корпоративное гражданство. Главное, что отличает корпоративное гражданство от КСО, является наличие в нем политической составляющей, нацеленной на включение предпринимательских структур в

системное взаимодействие с другими социальными и политическими институтами. Корпоративное гражданство определяется автором как стратегия взаимодействия предпринимательских структур со своими стейкхолдерами по обеспечению устойчивого развития территории присутствия бизнеса, в целях повышения собственной репутации как ответственного гражданина и полноправного участника такого развития. Определить все специфические особенности российской модели корпоративного гражданства пока затруднительно, поскольку процесс ее становления находится в начале пути. Однако уже сейчас явно просматриваются ее отдельные характерные для России черты, такие как значимость государства, незначительная роль некоммерческих организаций, несовершенство социальной отчетности, низкий уровень общественной дискуссии.

9. Эффективное взаимодействие властных и предпринимательских структур, является важнейшим фактором, обеспечивающим устойчивое развитие региональной социо-эколого-экономической системы. Автором разработана методика количественной оценки уровня устойчивости региональной системы на базе трех групп показателей, характеризующих экономическую, социальную и экологическую устойчивость, рассчитываемых на основе коэффициентов вариации и динамики. Методика апробирована на примере Новгородской области, на основе чего сделан вывод о том, что осуществляемые реформы не привели к существенному улучшению социально-экономической ситуации в Новгородской области, которая в настоящее время остается достаточно сложной и противоречивой. Это подтверждается фактом закрепления устойчивости социальной и экономической региональных подсистем на более низком уровне по сравнению с другими регионами Северо-западного Федерального округа. Переход на более высокий уровень устойчивости региональной системы автор видит в использовании нового социально-экономического ресурса, возникающего в результате эффективного взаимодействия властных и

предпринимательских структур, определяемого им как отношенческий капитал. Новый ресурс позволит повысить производительность традиционных внутрирегиональных ресурсов, а также послужить основой формирования корпоративного гражданства.

Степень достоверности и апробация результатов. Достоверность научных положений подтверждается практической апробацией результатов исследования на международных и всероссийских научных и научно-практических конференциях, а также участием автора в фундаментальных госбюджетных исследованиях по заданию Министерства образования и науки Российской Федерации.

Основные положения диссертационного исследования докладывались на семи Международных научно-практических конференциях (Комсомольск-на-Амуре, 2009, Житомир, 2012, Днепрпетровск, 2013, Донецк, 2014, Москва, 2014, Новосибирск, 2014, Санкт-Петербург, 2014); семи Всероссийских научно-практических конференциях с международным участием (Великий Новгород, 2007-2013 гг.); трех Всероссийских межвузовских научных и научно-практических конференциях (Великий Новгород, 2008, Калуга, 2011, Новосибирск, 2014); четырех региональных научно-практических конференциях (Великий Новгород, 2007, 2009, 2010, 2012); а также на ежегодных научных конференциях профессорско-преподавательского состава НовГУ в 2008-2013 гг.

Основные результаты диссертации использованы при участии автора в выполнении исследований:

- фундаментального госбюджетного исследования по заданию Федерального Агентства по образованию, ГРНТИ 06.52.17; 82.15.09 в НовГУ по направлению: «Исследование проблем социально-экономического развития России в XXI веке» (рег. № 0120.0503551), 2005-2009 гг.

- фундаментального госбюджетного исследования по заданию Министерства образования и науки РФ, ГРНТИ 06.52.17 в НовГУ (рег. № 6.5165.2011), в научно-исследовательской работе «Тенденции

формирования и противоречия развития корпоративного гражданства в современной России», 2012-2014 гг.

По теме диссертации опубликовано 54 работы общим объемом 41,4 п.л., в том числе 4 монографии, 16 статей в изданиях, рекомендованных ВАК Российской Федерации.

Структура диссертации определена поставленной целью, задачами и логикой исследования. Диссертационная работа состоит из введения, пяти глав, заключения, библиографического списка из 344 наименований и приложений. Текст диссертации изложен на 348 страницах, содержит 43 рисунка, 38 таблиц и 6 приложений.

ГЛАВА 1

КОЭВОЛЮЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ И ВЛАСТНЫХ СТРУКТУР КАК ВАЖНЕЙШИХ АКТОРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

1.1 Модификация роли и функций государства в трансформирующихся экономиках с различным сочетанием элементов предпринимательства и государственного участия

Современная экономическая теория выделяет такие важные закономерности переходной экономики, как неустойчивость системы и многовариантность ее развития. Следовательно, на первый план выходят вопросы, связанные с выявлением факторов выбора альтернативы развития, обеспечения стабильности функционирования и устойчивости системы, и сил, способных осуществить данный выбор. В этом отношении государство выступает как уникальный по своим возможностям экономический субъект.

Еще одной закономерностью переходного периода является качественное преобразование принципов и методов взаимодействия государства, бизнеса и населения. Названная проблема особенно значима для России с ее традиционно сильным государством. Государство в России имеет огромный опыт (как положительный, так и отрицательный) взаимодействия со всеми сферами общества, в том числе и с экономикой. Однако эффективное выполнение государством реформаторских функций по оптимальному переходу к рыночной экономике оказалось невозможным. Не был найден механизм, позволяющий решить разнонаправленные задачи: с одной стороны максимально быстро избавиться от тоталитаризма в

общественной жизни, а с другой стороны, активизировать государственную деятельность по проведению комплексных социально-экономических реформ. Указанное противоречие существует и в современном российском обществе. В настоящее время в России ярко проявляется столкновение двух противоположных тенденций: модели глобализации с затухающими функциями государства и модели протекционизма с усилением регулирующих функций государства на основе их качественной трансформации.

Дискуссии о трансформации функций государства в России протекают одновременно с обсуждением более глобальных проблем переосмысления роли, потенциала, задач и эффективности функционирования института государственной власти в мире в целом. Решение названных проблем осложняется необходимостью одновременного преодоления противоречий переходной экономики, как в нашей стране, так и в других странах, осуществляющих преобразование командно-административной системы хозяйствования в рыночную. Для реализации конструктивного взаимодействия экономики и государства необходим научно-обоснованный подход к развитию регулирующих возможностей органов государственной власти, который должен опираться на обобщение и систематизацию накопленного в России исторического опыта, а также на результаты его анализа экономической теорией.

В соответствии с новой парадигмой устойчивого развития происходит постепенная социализация, гуманизация и экологизация экономики. Из внешней силы по отношению к хозяйственной жизни общества государство превращается в органическую составляющую социо-эколого-экономической системы. По мнению Дж. Хикса, современный этап социально-экономического развития представляет собой «административную революцию», сущность которой проявляется в возрастании экономической роли государства [229, с. 205]. В результате изменяются функции и роль государства в экономике.

Функции, выполняемые государством, представляют собой основные направления его деятельности, без которых существование государства как экономического субъекта практически исключено. В функциях государства находят отражение его сущность, назначение и роль в решении актуальных проблем общественного развития нации. Формировались и развивались функции государства исторически в процессе становления и осуществления государственной экономической политики. Современная экономическая теория выделяет следующие основные функции государства в экономике:

1. Функция целеполагания – определение стратегических направлений развития экономики и его принципов;
2. Функция согласования – предполагает увязку экономических интересов хозяйствующих субъектов на любых иерархических уровнях;
3. Производственная функция – осуществление предпринимательской деятельности, направленной на производство и распределение общественных благ;
4. Балансировочная – обеспечение сбалансированного общественного развития посредством структурной перестройки производства;
5. Стимулирующая – предусматривает развитие производственного потенциала страны: качества и темпов роста производства, а также уровня использования производственных возможностей и производительных сил;
6. Управленческая – контроль за качеством производимой продукции (работ, услуг), уровнем издержек производства, ценами и конкуренцией посредством проведения денежно-кредитной и фискальной политики и использования ряда административных инструментов;
7. Информационно-инновационная – представляет собой сбор, обработку, анализ и оценку информации в целях повышения эффективности хозяйственной деятельности и уровня инновационного потенциала страны;
8. Международная функция – предполагает участие национальной экономики в системе международного разделения труда, специализации и кооперации производства.

Очевидно, что функции государства не являются заданными, застывшими и неизменными. В зависимости от конкретных исторических условий отдельные элементы перечисленных функций способны приобретать особое значение, становясь при этом самостоятельными функциями. Другие функции, напротив, утрачивают свою первостепенную значимость, однако не исчезают, а дополняют или опосредуют первые. Если расположить перечисленные выше функции государства в хронологическом порядке, то по мере развития и расширения экономических систем, можно увидеть тенденцию к их увеличению и усложнению. Данная тенденция находит свое отражение в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Эволюция функций государства на различных стадиях развития экономических систем

Функции	Стадии развития экономики		
	Доиндустриальная	Индустриальная	Постиндустриальная
Политические	военная, идеологическая, правоохранительная		
		дипломатическая, регулирование международных отношений	
			координация политики в рамках интеграционных союзов и глобального общества
Экономические	организация экономического пространства, производство и распределение общественных благ, обеспечение правопорядка в сфере хозяйствования, защита прав собственности		
		обеспечение свободы предпринимательства, стимулирование деловой активности, антимонопольное регулирование, регулирование отношений в сфере труда и капитала, контроль и регулирование внешнеэкономической деятельности, обеспечение устойчивости национальной денежной единицы и экономической безопасности страны	
			формирование и поддержка фундаментальной науки, создание и развитие инновационных зон, экологизация экономики
Социальные	перераспределение доходов		
		функция государственного призрения нищих слоев населения, социальное страхование, здравоохранение, образование, культура, демографическая политика, обеспечение социальной стабильности	
			обеспечение социальной защиты и социальной справедливости, создание всесторонних условий развития личности

Как видно из таблицы 1.1, первыми сформировались такие экономические функции государства, как организация единого рыночного пространства, производство и распределение общественных благ (обеспечение безопасности, дороги, связь, почта и пр.), обеспечение законности и правопорядка в хозяйственной жизни общества, защита прав собственности. Затем, по мере развития рыночных отношений, сформировались функции обеспечения свободы предпринимательской деятельности, стимулирования деловой активности, регулирования внешнеэкономической деятельности и денежного обращения.

Следующей стадией эволюции экономики стала интенсификация производственной деятельности, возникновение монополистических тенденций в хозяйственной жизни общества. Поэтому не случайно на этом этапе возникают такие специфические функции государства как антимонопольная деятельность, урегулирование противоречий между капиталом и трудом, обеспечение экономической безопасности нации.

На современном этапе развития социально-рыночного хозяйства появляются такие качественно новые функции государства, как стимулирование и поддержка фундаментальной науки, поддержание необходимого уровня образования граждан, развитие инновационных зон, проведение грамотной промышленной политики.

На первом этапе становления и развития хозяйственных отношений политические, экономические и социальные функции государства составляли единое целое. Следует отметить, что и сами эти сферы в реальной жизнедеятельности общества не разделялись. Затем, с развитием рыночных отношений, происходит разграничение названных функций государства, каждая из них приобретает свои специфические черты и сферы применения. В последующие этапы развития экономики, в результате усложнения общественной жизни, политические, экономические и социальные функции государства вновь сближаются и переплетаются, что вызвано усложнением и ростом самой экономической системы. Особенно явно эта тенденция

проявляется на постиндустриальной стадии экономического развития, когда правовое государство приобретает социальный характер.

Среди факторов, определяющих роль государства в экономике, раскрывающуюся через выполняемые им функции, исследователи выделяют уровень социально-экономического развития и степень открытости экономики, инновационный потенциал и технологические сдвиги [8, 12, 32]. Преобразование экономики, в свою очередь, зависит от эффективности выполнения государством перечисленных выше базовых и тактических функций, что оказывает прямое воздействие на эволюцию самого института государства. Следовательно, можно констатировать четкую взаимосвязь между эволюционными процессами, происходящими в экономике, и развитием института государства, определяемую автором как «коэволюция». Данная взаимосвязь представлена на рисунке 1.1.



Рисунок 1.1 – Коэволюция государства, экономики и целей деятельности предпринимательских структур

Термин «коэволюция» предусматривает одновременную параллельную и взаимозависимую эволюцию различных элементов хозяйственной системы или ее отдельных подсистем, определяющую направление развития и дальнейшую эволюцию всего общества. Последовательный переход к постиндустриальной стадии развития экономики, вызывающий качественные сдвиги в производственном процессе и его государственном регулировании, обуславливает и предопределяет коэволюцию государства и экономики.

На стадии становления института государства преобладали политические факторы, определявшие структуру иерархии создающегося хозяйства. Возникшее государство не только структурировало взаимосвязи общества, но и закрепляло отношения, отражающие интересы наиболее активных иерархических слоев общества [194, с. 108]. При этом превалирующими предпосылками формирования института государства являлись экономические. Важнейшей среди них стала необходимость формирования единого хозяйственного пространства, которое способно обеспечить целостность государства в качестве основы всей общественной системы. В экономической теории эта категория рассматривается как совокупность материальных ресурсов и факторов производства: земли (полезных ископаемых, природных, лесных, водных ресурсов и т.д.) и инфраструктуры (средств транспорта и связи).

Необходимыми составляющими экономического пространства выступают устойчивые связи, объединяющие функционирование различных хозяйствующих субъектов: производство, разделение труда, специализация, кооперация, обмен, – а также однородность формальных (законы, правовые нормы) и неформальных (обычаи, традиции) институтов. Качественное государственное управление экономической системой осуществляется посредством существования прямых и обратных связей между субъектом (например, государственными органами, должностными лицами и пр.) и объектом (экономической системой и ее отдельными элементами)

управления. Прямая связь направляет поведение объекта и означает воздействие субъекта на объект управления. Обратные связи, в свою очередь, отражают реакцию объекта на различные действия и управленческие решения субъекта и, в результате, напрямую определяют эффективность государственного управления.

Прямые связи могут иметь постоянный характер (например, служебная субординация), временный или эпизодический (например, принятие высшими органами государственной власти чрезвычайных мер в условиях кризиса). В условиях стабильно функционирующей экономики прямые связи могут быть мягкими («управление дирижера»), или совсем незаметными (именно они, как правило, являются оптимальными). В чрезвычайных или кризисных ситуациях прямые связи могут принимать форму силового воздействия [212, с. 88]. Также прямые связи могут быть вертикальными (например, связи соподчинения, субординации) и горизонтальными (связи взаимодействия, координации). Вертикальные связи характеризуются следованием одних органов государственной власти предписаниям других: например, органы самоуправления и местного управления действуют в рамках предписаний региональных органов управления, а региональные органы, в свою очередь, подотчетны правительству страны. Вертикальные связи всегда лежат в основе централизации государственного управления. Горизонтальные связи означают взаимодействие различных органов государственной власти как обособленных, относительно самостоятельных и в то же время равноправных по имеющимся полномочиям элементов. Такие связи существуют внутри подразделений или между ними, между отдельными руководителями, а также между сотрудниками аппарата государственного управления (например, отношения между министерствами и ведомствами).

Анализируя эволюцию человечества, связанную с формированием и развитием института государства, Ф. Энгельс доказал, что ни одно общество не способно длительный период сохранять власть над собственным

производством и контроль над социальными последствиями процесса производства, если не уничтожен обмен между отдельными лицами [257, с. 123-124]. Подобный контроль существовал на первоначальном этапе становления экономической системы, при котором главными элементами общественного порядка выступали община, племя, род, семья. Обмен между общинами и племенами носил эпизодический обезличенный характер и осуществлялся от имени всей общины, племени или рода. Доминирующим типом связей в рассматриваемой структуре хозяйственной жизни общества являлись вертикальные связи.

Становление рыночной экономической системы базировалось на разрушении вертикальных и возникновении горизонтальных связей. Однако, для того чтобы общественная система находилась в устойчивом состоянии, необходимо определенное сочетание как горизонтальных, так и вертикальных связей, образующих ее структуру. Следовательно, возникновение государства, с экономической точки зрения, можно рассматривать как становление специального института, главной задачей которого была компенсация потери контроля общества над производством. Данный подход позволяет сделать вывод, что экономическая сущность функций государства заключается в возникновении новой формы регулирования обществом воспроизводственных процессов. Опираясь на главный принцип системного анализа, заключающийся в том, что любой более высокий уровень развития системы представляет собой не просто сумму подсистем, а качественно новое явление, можно констатировать наличие новых законов и зависимостей, характеризующих рыночную систему хозяйствования, в которой любой субъект, действующий в рамках государства, не только получает возможность увеличения масштабов осуществляемой деятельности, но и получает дополнительный выигрыш, выступая в качестве участника более крупной организации. Наличие единого экономического пространства на территории государства предоставляет хозяйствующим субъектам дополнительные возможности передачи и обмена

различной информацией. Чем большее число экономических агентов контактирует друг с другом, тем быстрее распространяется необходимая информация, что в свою очередь ведет к снижению предпринимательских рисков. В этом случае хозяйствующие субъекты получают дополнительный выигрыш – то, что в экономической теории называют «положительным внешним эффектом» или внешней экономией.

Обеспечивая целостность экономического пространства, государство автоматически создает условия, необходимые для беспрепятственного перемещения товаров, услуг и факторов производства, что, в свою очередь, способствует практической реализации принципа сравнительных преимуществ, обоснованного Д. Рикардо, и являющегося основой разделения труда и специализации. Специализация обеспечивает стране экономию на издержках производства и, следовательно, рост производительности труда. В результате наблюдается развитие устоявшихся и создание новых экономических отношений, объединяющих деятельность хозяйствующих субъектов, что ведет к расширению ассортимента товаров и услуг и формированию новых возможностей потребления в обществе, т.е. в конечном счете, обеспечивает развитие экономики. В итоге, государство представляет собой единый центр управления, обеспечивающий сверхаддитивность всей хозяйственной системы. Следовательно, при условии возникновения положительного эффекта масштаба, повышение уровня благосостояния нации напрямую связано с эффективностью государственного управления и регулирования экономики.

Развитие производительных сил, разделение труда, углубление специализации и кооперации производства напрямую определяют рост производительности труда, и, одновременно с расширением сферы обмена, требуют ее упорядочения и преобразования форм обмена. Ни один, даже самый прогрессивный механизм, образующий основу воспроизводства (например, подобный механизму товарного обмена) не способен одинаково эффективно реагировать на все события и условия хозяйствования,

постоянно меняющиеся под воздействием конъюнктурных или экстремальных факторов. Поэтому, любая структура разделения труда, развивающаяся в процессе эволюции общества, должна предусматривать развитие товарного обмена. По мнению И. Егорова, в каждый конкретный момент времени, достигнутый уровень и структура разделения труда (или функций, отвечающих за жизнеобеспечение общества) предусматривают определенное сочетание различных механизмов и форм обмена результатами деятельности [92, с. 28]. Например:

- коллективный обмен (происходивший в первобытные времена по жестким правилам и развившийся в ходе истории до современного государственного перераспределения доходов посредством функционирования налоговых систем);
- товарно-денежный обмен;
- обмен через механизмы социального страхования и пр. [154, с. 20].

Таким образом, обмен, как неотъемлемый атрибут разделения труда, выступает в качестве важнейшего фактора формирования экономического пространства и развития экономики. Дальнейшее углубление разделения труда, а также возникновение разнообразных групп товаропроизводителей формируют потребность гарантирования того, что все излишки произведенной продукции будут обменены на недостающие блага с допустимыми издержками и рисками. История экономики доказывает, что издержки подобного обмена минимальны для национальной экономики лишь тогда, когда роль гаранта по экономическим сделкам берет на себя государство [209, с. 111].

Институт государства способен снижать риски, возникающие в процессе обмена на всей территории страны, обеспечивая преимущества хозяйствующим субъектам, действующим в рамках заданного экономического пространства. Устойчивое поступательное развитие страны предусматривает «здоровое» состояние экономического пространства, предопределяемое сбалансированной динамикой его компонентов.

Положительным считается изменение составляющей, не влекущее за собой дисбаланс остальных параметров системы. Например, рост производства не создает проблему «избыточного» капитала; высокие доходы населения не связаны с чрезмерной эксплуатацией единственного ресурса и т.п. Обеспечить подобное состояние экономического пространства может только специализированный институт, имеющий преимущественное право принуждения, как по отношению к хозяйствующим субъектам, так и к остальным институтам общества – властная структура. Поэтому титул собственности на единое экономическое пространство, обеспечивающий такую власть, принадлежит исключительно государству. Только на ее основе возможно выполнение государством экономических функций [154, с. 21].

Таким образом, становление экономического пространства, исторически начавшееся с расширения и укрепления горизонтальных связей, стало главной предпосылкой формирования государства, которое, в свою очередь, устанавливая вертикальные и регулируя горизонтальные связи, обеспечивало существование, функционирование и трансформацию этого пространства во времени. Следовательно, экономическое пространство выступает в качестве одного из общественных благ, производимых государством, как особым экономическим субъектом. Последовательное развитие экономического пространства связано с усложнением его структуры, которая обслуживает интенсивный рост способов и видов хозяйственной деятельности, многоукладности и многообразия взаимосвязей разнообразных элементов экономической системы.

Социально-экономическая значимость государственного сектора состоит в том, что производство в этом сегменте экономики в большей части ориентировано на наиболее экономически неустойчивую часть общества. Государство призвано восполнять ограниченность рынка, который в своей деятельности ориентируется, прежде всего, на платежеспособный спрос.

Производственная функция государства, его предпринимательская деятельность, могут быть проанализированы на основе учета

государственной собственности в общем объеме национального богатства. Из имеющихся статистических показателей размеров государственного сектора в национальной экономике наиболее приемлемым для анализа, на наш взгляд, является его удельный вес в общей численности занятых. При этом наибольшей репрезентативностью обладает выборка показателей, рассматриваемых в длительном временном интервале. Изменение доли государственного сектора в общей численности занятых за период 1870-2012 гг. представлено в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Изменение доли госсектора в общей численности занятых за период 1870-2012 гг., %¹

Страны мира	Доля занятых в госсекторе в общей численности занятых			Изменение доли за период 1870-2012 гг., %
	1870 г.	1994 г.	2012 г.	
Европа, в т.ч.:	2,5	21,3	22,7	20,2
Австрия	1,9	22,4	24,2	22,3
Великобритания	4,9	15,0	15,6	10,7
Франция	2,5	24,8	25,8	23,3
Германия	1,2	15,1	17,1	15,9
Италия	2,6	16,2	18,3	15,7
Норвегия	2,2	30,6	31,2	29,0
Швеция	2,2	32,0	34,1	31,9
Швейцария	2,4	14,1	15,4	13,0
Австралия	1,4	20,9	22,3	20,9
США	2,9	14,5	16,2	13,3
Япония	1,0	6,9	7,1	6,1
Россия	1,8	33,2	16,2	14,4

Другим индикатором размера государственного сектора экономики является доля государственных расходов в ВВП страны. Динамика данного показателя по различным странам мирового хозяйства представлена в таблице 1.3.

¹ Составлено автором по [17, 194, 255].

Таблица 1.3 – Изменение доли государственных расходов в ВВП страны за период 1870-2012 гг., %²

Страны мира	Доля госрасходов в ВВП			Изменение доли госрасходов в ВВП за период 1870-2012 гг., %
	1870 г.	1994 г.	2012 г.	
Европа, в т.ч.:	10,6	50,3	50,7	40,1
Австрия	10,0	51,8	52,1	42,1
Великобритания	9,0	42,8	43,2	34,2
Франция	13,1	55,0	55,4	42,3
Германия	10,2	48,8	49,2	39,0
Италия	14,1	52,7	53,3	39,2
Норвегия	6,0	48,8	49,3	43,3
Швеция	6,1	63,7	64,1	58,0
Швейцария	16,3	38,9	39,2	22,9
Австралия	18,0	35,4	36,0	18,0
США	7,1	32,0	33,4	26,3
Япония	8,9	35,5	36,2	27,3
Россия	9,1	28,8	32,7	23,6

Как свидетельствуют данные, приведенные в таблицах 1.2 и 1.3, удельный вес государственного сектора экономики имеет ярко выраженную растущую тенденцию. Увеличение госсектора в свою очередь обеспечивает возможность расширения регулирующих функций государства, т.е. выступает одной из предпосылок возрастания роли государства в экономике. Реализация этой предпосылки может проявлять себя как в росте государственных расходов (что видно в таблице 1.3), так и в росте доходов от функционирования госсектора.

Другой предпосылкой увеличения государственных расходов является изменение суммы налоговых поступлений, вследствие возрастания объемов производства, и совершенствование налогового администрирования, способного обеспечить налогообложение множества разнообразных

² Составлено автором по [12, 17, 194].

источников дохода. Если в традиционных экономических системах предел налоговых изъятий составлял 10-15% ВВП, то в первой половине XX века в индустриальных экономиках этот показатель составлял уже 20-22%, а в конце XX века в постиндустриальных экономических системах превышал 25-30% [56, с. 13]. Таким образом, возрастание доли государственных расходов в ВВП свидетельствует о расширении регулирования социально-экономической сферы жизнедеятельности общества государством.

Однако существуют и факторы, которые сдерживают и даже противодействуют усилению регулирующих функций государства. Наиболее существенным ограничивающим фактором является фиаско государства. Причем необходимо различать фиаско государства и фиаско государственного регулирования экономики.

Значительная часть российских экономистов отрицает факт принципиальной неэффективности государственного сектора. Имеющиеся исследования убедительно доказывают разрешимость проблемы повышения эффективности хозяйствования субъектов, входящих в госсектор [12, 17, 103]. Во-первых, положительный эффект дает замена финансирования кредитованием. Во-вторых, вполне реально создание конкурентной среды в госсекторе, через организацию квазирынков: территориальные государственные органы выступают покупателями благ и услуг (например, медицинских, коммунальные и пр.) у продавцов – соответствующих государственных предприятий при условии успешного разделения их интересов. В-третьих, повышение заинтересованности предпринимательского ресурса, используемого в государственном секторе, обеспечивается совершенствованием контрактной системы: расширением свободы выбора для государственного предприятия, применением современных систем оплаты труда, исходя из конечного результата (при учете ограничений, накладываемых миссией некоммерческих госпредприятий).

Что касается провалов государственного регулирования, то в современной экономической теории данная проблема активно разрабатывается. Ее решение зависит не только от определения меры государственного вмешательства в рыночную экономику, но и от разработки методов, инструментов и механизмов осуществления государством регулирующих функции.

Еще одним фактором, ограничивающим рост государственных расходов, является сопротивление экономически значимых субъектов хозяйствования налоговому давлению, контролю со стороны государства, антимонопольной политике и т.п. Представляется, что данная проблема может быть разрешена путем развития институциональной структуры общества и, прежде всего, посредством совершенствования института права.

Серьезным противостоящим фактором выступает и процесс глобализации мирового хозяйства. Главными субъектами мировых экономических отношений становятся транснациональные и многонациональные компании и корпорации, а также наднациональные организации. Это способствует ослаблению функций национального государства. С другой стороны, в мировой экономике существует достаточно примеров, когда страны с высоким уровнем национализации экономики демонстрируют высокие темпы экономического роста (например, США, Япония, Китай, новые индустриальные страны). Мировая экономическая мысль рассматривает данное противоречие как нерешенную проблему, требующую дальнейшего исследования и осмысления.

Рассмотренные выше эволюция экономических функций государства и факторы ее определяющие, позволяют уточнить и конкретизировать современные тенденции развития государственного управления. Совокупность экономических функций государства, характерных для современной стадии развития хозяйственных отношений, можно выявить на основе исследования важнейших направлений деятельности государства в социо-эколого-экономической системе. В западной экономической

литературе выделяют следующие направления государственной деятельности [137, с. 94]:

- обеспечение нормативно-правовой базы, установление единых «правил игры», содействующих эффективному функционированию рыночной системы;
- антимонопольное регулирование и защита конкуренции;
- распределение и перераспределение национального дохода;
- регулирование процессов распределения ресурсов;
- обеспечение стабилизации экономики;
- регулирование уровня занятости и инфляции;
- стимулирование экономического роста.

Подобная формулировка основных задач, выполняемых государством в экономике, характерна для рыночного подхода, который предусматривает два направления государственной деятельности в сфере экономики: поддержка рынка и его модификация [178, с. 90]. Для отечественной практики, на наш взгляд, характерен более широкий, фундаментальный подход, так как в нашей стране экономические функции государства не привязаны только лишь к рынку или к сфере обмена, а охватывают всю совокупность хозяйственных отношений – от создания благоприятной предпринимательской среды до формулировки стратегических целей развития нации и корректировки в соответствии с ними происходящих экономических процессов. Данный подход наглядно отражает тот факт, что экономическое развитие страны имеет гораздо большее число потенциальных направлений государственной деятельности, среди которых, например, Ф.И. Шамхалов выделяет следующие [242, с. 432-487]:

1. Разработка и осуществление экономической политики в соответствии с приоритетными направлениями развития экономики;
2. Регулирование структуры экономики, создание факторов обеспечивающих жизнеспособность и стабильность функционирования экономической системы;

3. Регулирование кризисов и рисков предпринимательской деятельности;
4. Формирование и развитие институциональной среды и правового поля;
5. Создание инфраструктуры рынка и хозяйственной среды экономической деятельности;
6. Создание социальной среды, благоприятной для развития экономики;
7. Предупреждение факторов, способных вызвать экологические катастрофы, криминализацию экономических отношений, экономические кризисы;
8. Осуществление собственной экономической деятельности.

Первые три из названных направлений объединяют целый ряд регулирующих функций государства. Следующие четыре направления охватывают те функции, реализация которых направлена на формирование целостного экономического пространства страны. Последнее направление содержит все функции по осуществлению государством хозяйственной деятельности и государственного предпринимательства.

Указанные направления учитывает и другая классификация, разработанная специалистами ИМЭМО РФ на основе анализа воздействия государства на экономику в промышленно-развитых странах. В рамках данного подхода выделяются четыре направления государственного регулирования экономики:

1. Влияние на рыночные структуры (регулирование на микроуровне);
2. Воздействие на экономическую политику (макроэкономическое регулирование);
3. Государственная поддержка тех сфер, в которых проявляется фиаско рынка (производство и распределение общественных благ, регулирование внешних эффектов, сглаживание макроэкономической нестабильности и пр.);

4. Минимизация отрицательных последствий производственного, технического и экономического развития в социальной, экологической и других сферах жизнедеятельности общества.

Осуществление названных направлений деятельности государства на практике способно обеспечить устойчивое развитие социо-эколого-экономической системы, зависящее от сбалансированности трех ее составляющих: экономики, государства и общества. При этом, по мнению российских экономистов, для их взаимодействия характерна функциональная асимметрия. Государство несет несравнимо большую функциональную нагрузку по сравнению с другими перечисленными субъектами [103, с. 27]. Осуществляя функцию соблюдения баланса интересов настоящих и будущих поколений, устраняя факторы, ведущие к саморазрушению, повышая устойчивость социо-эколого-экономической системы, государство поддерживает непрерывность ее развития и, тем самым, сохраняет само себя. Следовательно, важнейшей функцией для обеспечения существования самого института государства является преемственность развития социо-эколого-экономической системы страны. Она заключается в выявлении совокупности интересов общества и обеспечении возможности их реализации, как для настоящих, так и для будущих поколений.

Реализация функции преемственности развития лежит в основе всего государственного регулирования экономики и достигается при помощи осуществления других функций, направленных на достижение устойчивого развития социо-эколого-экономической системы страны. Данные функции государства можно назвать базовыми. Их совокупность представлена на рисунке 1.2. Наиболее приоритетной является когнитивная функция: обеспечение процессов производства, накопления и распространения знаний в обществе. Недооценка этой роли государства не только тормозит развитие инновационной системы общества (прежде всего, механизма взаимодействия предпринимательской и исследовательской сфер), но и приводит к искажению мотивов деятельности экономических агентов в целом.



Рисунок 1.2 – Современные функции государства в социо-эколого-экономической системе

На основе когнитивной функции государство выполняет интеграционную функцию путем обеспечения единства правового поля и экономического пространства для организации деятельности субъектов социо-эколого-экономической системы во времени и в пространстве. Эта организация достигается через институциональную, производственную и стандартизационную функции.

Институциональная функция предполагает создание институтов, обеспечивающих жизнедеятельность социо-эколого-экономической системы путем нормотворчества или приспособляемого заимствования. Д. Норт подчеркивает, что успешность любых предпринимаемых в экономике мер определяется в первую очередь институтами [155, с. 6].

Стандартизационная функция своим содержанием имеет разработку и внедрение стандартов, образцов, эталонов во всех сферах жизнедеятельности социума. Такие эталоны играют направляющую роль в движении социо-эколого-экономической системы к достижению поставленной цели.

Важную роль играет также функция производства социальных услуг (сущностная функция государства) и благ, реализуемая через государственный сектор экономики и соответствующие государственные структуры.

Государственный сектор экономики, взаимодействуя с рынком через налоговый, контрактный и другие механизмы, обеспечивает потребности малообеспеченных слоев граждан не только в общественных, но и потребительских благах (например, через организацию магазинов, пунктов питания для малообеспеченных, строительство дешевого жилья, приютов, реализацию товаров для детей из бедных семей и т.д.).

На основе контрольно-регулирующей функции происходит корректировка динамики и направления развития всей социо-эколого-экономической системы. Таким образом, последовательно реализуется ключевая функция государства – обеспечение преемственности развития социо-эколого-экономической системы.

В результате реализации государством перечисленных функций создается новое общественное благо, называемое экономическим пространством. Государство формирует его путем воздействия на окружающий мир: устанавливает порядок использования ресурсов субъектами экономики, принимает необходимые меры по восстановлению окружающей среды и защите экологии, осуществляет природовосстановительную и природоохранную деятельность.

Наряду с окружающей средой формируются общественная инфраструктура и институциональная среда, что в совокупности определяет материально-техническую сферу, лежащую в основе устойчивости всей социо-эколого-экономической системы. Факторы устойчивости

экономического пространства как социо-эколого-экономической системы представлены на рисунке 1.3.

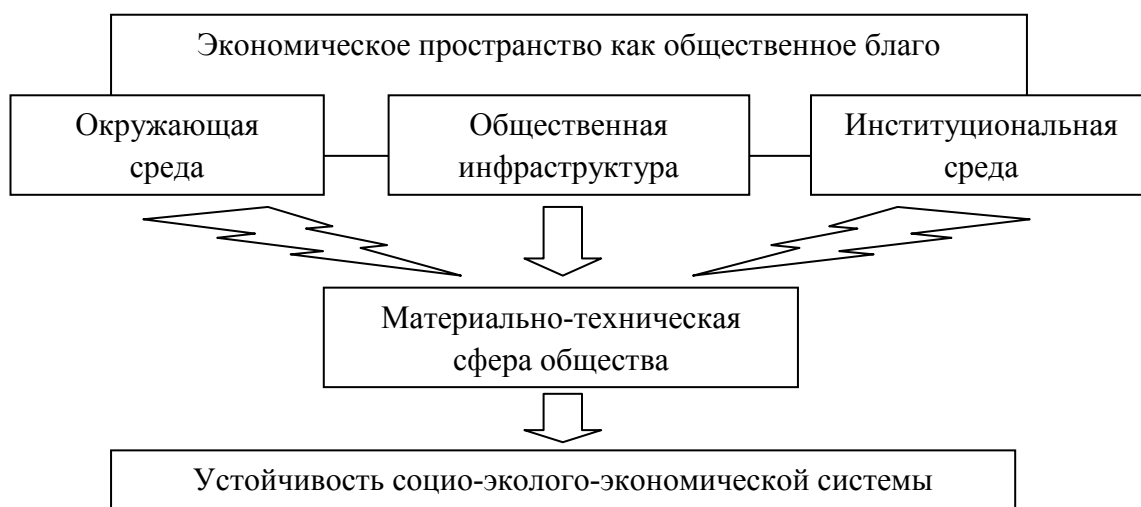


Рисунок 1.3 – Факторы устойчивости социо-эколого-экономической системы

Устойчивое функционирование социо-эколого-экономической системы напрямую зависит от соответствия ее структуры поставленным целям и задачам развития. Воздействие государственного регулирования на устойчивость развития системы представлено на рисунке 1.4.

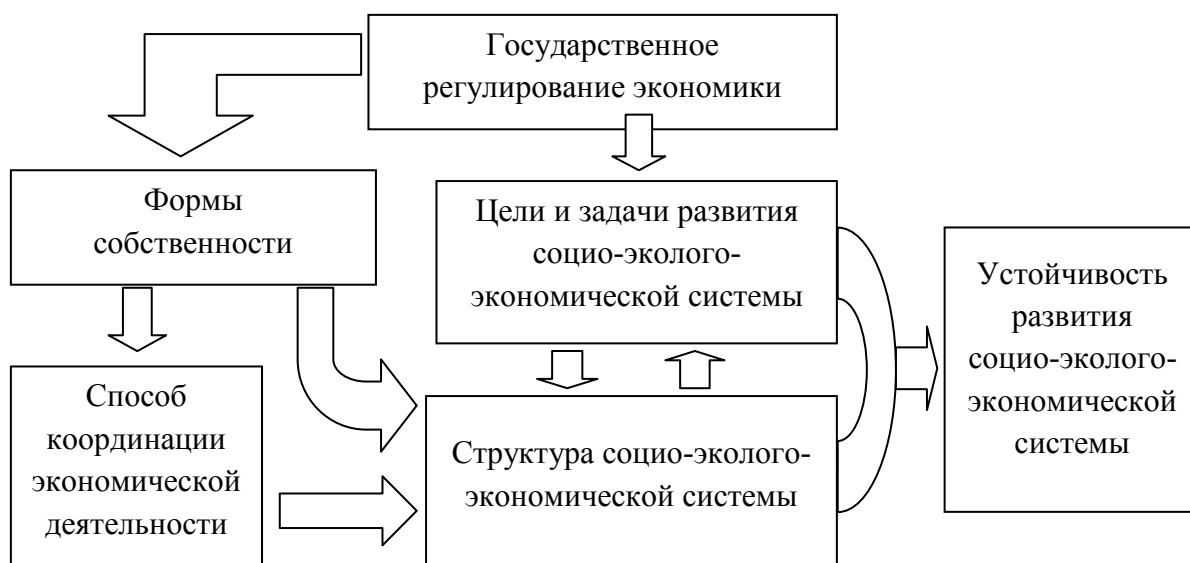


Рисунок 1.4 – Влияние государственного регулирования на устойчивость социо-эколого-экономической системы

Как видно из данного рисунка, присутствие государственного регулирования как одного из способов координации экономической деятельности общества обеспечивает приоритет конкретных форм собственности в экономике, а также выполняет функцию целеполагания: в соответствии с поставленной целью государство способно воздействовать на структуру социо-эколого-экономической системы.

Сделанные теоретические выводы подтверждаются современными тенденциями развития российской экономики. Особенно наглядно они проявляются в формировании структуры собственности. Усиление необходимости государственного регулирования экономики в период проведения реформ еще раз доказывает зависимость данной функции государства от доли государственной собственности и объема госсектора. Существенное сокращение доли госсектора в ВВП России, ставшее результатом процесса приватизации, практически лишило государство возможностей макроэкономического регулирования. Негативные тенденции сохраняются до настоящего времени. В 2012 году доля государственного сектора в промышленности России достигла 14,6%, в сельском хозяйстве – 12,4%. Даже в производстве общественных благ (образовательных, медицинских) она составляет менее 30% [49, с. 150-151].

Следовательно, можно сделать вывод, что объективным фактором усиления регулирующей функции государства является формирование новой социо-эколого-экономической системы, характеризующейся, в первую очередь, наличием устойчивого развития. На наш взгляд, это является одной из предпосылок формирования в настоящее время концепции неозтатизма: теоретической основы трансформации роли государства в постиндустриальной экономике с целью достижения устойчивого развития [221, с. 38].

Экономическая теория констатирует, что основными факторами устойчивого развития современных смешанных экономических систем являются научно-технический прогресс в сочетании с человеческим

фактором. Государственный сектор экономики при этом остается за периметром. Несмотря на данный факт, вопрос о роли государства в настоящее время занимает заметное место в исследованиях отечественных экономистов, поскольку в системе рыночных отношений именно госсектор является одним из важнейших источников информации и служит ориентиром в процессе формирования приоритетов текущей и долгосрочной экономической политики для всех остальных секторов.

Отечественные исследователи выявили существование пространственно-временной цикличности развития государственного сектора [103, с. 27-31]. Анализ мирового опыта позволяет сделать вывод о специфичности оптимальных размеров госсектора для каждой конкретной страны, которые к тому же могут изменяться в зависимости от периода ее развития. Для России в настоящее время актуален не столько вопрос о расширении или сужении государственного сектора, сколько его качественного изменения.

Важным этапом на пути повышения качества государственного регулирования стало учреждение во второй половине XX века института транспарентности, т.е. его открытости для контроля со стороны общества. В начале 2000-х годов в мире насчитывалось 14 стран, где принцип транспарентности получил законодательное подкрепление. Открытие доступа к управленческой информации широким слоям населения, на наш взгляд, выступает не только ключевой предпосылкой совершенствования качества государственного регулирования, но и условием формирования механизма эволюции его функций. Реализация права общественного контроля предполагает юридическое обеспечение беспрепятственного развития информатизации, что в свою очередь является основой для внедрения передовых технологий в информационные процессы. Все вышеперечисленное не только активизирует внутреннюю интеграцию национальной социо-эколого-экономической системы, но и обеспечивает ее включение в глобализационные процессы мирового хозяйства.

Таким образом, формирование новой социо-эколого-экономической системы, главным свойством которой выступает устойчивое развитие, осуществляемое на основе сочетания интересов общества, экономики и экологии, представляет собой объективный фактор возрастания регулирующей функции государства. Одновременно происходит становление саморегулирующейся системы постиндустриальной экономики, в которой государство наделяется новой координационной функцией с использованием достижений научно-технического прогресса и информатизации. Указанные закономерности требуют дальнейшего анализа их проявления во взаимодействии государства с корпоративным сектором экономики на современном этапе социально-экономического развития России.

1.2 Социализация деятельности современных корпораций как результат эволюционных преобразований предпринимательской среды

Важнейшим фактором становления полноценной рыночной среды в условиях трансформирующейся экономики выступает формирование и развитие предпринимательского сектора. Любой предприниматель стремится в первую очередь к максимизации собственной прибыли, так как его материальное богатство напрямую зависит от результатов хозяйственной деятельности фирмы. Однако, получая личную прибыль, предприниматель одновременно производит необходимые для жизнедеятельности общества товары и услуги, формирует новые товарные рынки, организует дополнительные и поддерживает созданные ранее рабочие места, платит соответствующие налоги в бюджет государства. Кроме того, любой предприниматель, выступая, с одной стороны, производителем продукции, с другой стороны, является покупателем товаров и услуг, реализуемых

другими продавцами. Таким образом, можно сделать вывод, что рост числа предпринимателей, желающих извлечь личную выгоду и успешно осуществляющих внедрение инноваций, неизбежно ведет к повышению уровня благосостояния общества и наоборот.

В современной России предпринимательство только начинает возрождаться. Основы законодательной и нормативной базы предпринимательской деятельности в странах с переходной экономикой были заложены в первые несколько лет проводимых реформ. Несмотря на это, до сих пор актуальна проблема совершенствования законодательства, которую следует решать исходя из уже накопленного опыта его практической реализации. Кроме этого, в настоящее время требуется создание благоприятных экономических условий с целью поддержки и активного развития цивилизованного предпринимательства.

До настоящего времени теория предпринимательства остается недостаточно освещенной в российской экономической литературе. Это объясняется, с одной стороны, тем, что даже в промышленно развитых странах деятельность предпринимателей-новаторов долгое время считалась независимой и лишь косвенно влияющей на производительность и экономическое развитие страны. И только новейшие теории предпринимательства стали рассматривать его в качестве важнейшего фактора экономического прогресса и как альтернативный источник обеспечения занятости трудовых ресурсов.

В основе современной теории предпринимательства лежат труды таких ученых, как Р. Каннтильон, А. Смит, К. Маркс, И. Шумпетер, Ф. фон Хайек, Дж. Гелбрейт. Отдельные аспекты развития предпринимательской деятельности исследовались Л.И. Абалкиным, В.С. Балабановым, П.Г. Буничем, А. Бузгалиным, А.В. Бусыгиным, В.Ш. Кагановым и др. Однако научные основы, посвященные процессам становления и развития предпринимательства в отдельных сферах экономики, в экономиках переходного типа, в условиях социально-экономических кризисов,

разработаны в недостаточной мере. Предпринимательство фактически постоянно сталкивается с новыми проблемами и вызовами, угрозами и рисками, что обуславливает необходимость дальнейшего развития научных подходов (в теоретическом и методологическом планах) изучения феномена предпринимательства, адаптации, уточнения и пересмотра отдельных научных положений, разработанных ранее, разработки и применения новых подходов, адекватных современным социально-экономическим, политическим, технологическим и иным реалиям.

Важной особенностью системы хозяйствования в начале XXI века являются усиление противоречий между объективно складывающимися под воздействием научно-технического прогресса, глобализации и интернационализации экономическими отношениями, и способом организации материального производства в форме корпораций. Проблемам деятельности корпораций и порождаемым ею противоречиям в XX – XXI вв. посвящено большое число работ различных авторов, принадлежащих к самым разным школам и направлениям экономической мысли.

Одним из первых исследователей деятельности корпорации и порождаемых ею противоречий стал В.И. Ленин. В своей работе «Империализм как высшая стадия развития капитализма» [130, с. 299-427] В.И. Ленин представил корпорацию в качестве доминирующей формы организации материального производства начала XX в., благодаря которой стало возможным обобществление производства. Способами объединения при этом выступали отраслевые или национальные монополии, создаваемые в организационно-правовой форме треста или картеля. Посредством деятельности подобных монополий обобществлялись не только средства производства, но и квалифицированная рабочая сила, научно-технический прогресс, инженерия. Однако, как отмечал В.И. Ленин, присвоение продолжало оставаться частным, т.е. общественные средства производства фактически принадлежали лишь небольшому числу лиц. Выявленное В.И. Лениным противоречие между общественным способом производством

и частным присвоением в процессе развития капиталистической экономики могло еще больше усугубиться, что способствовало усилению эксплуатации работников корпорации. Указанное противоречие не преодолено и в современных корпорациях, где оно приобретает новые «маскирующие» формы, к которым можно отнести институт социального партнерства, декларируемые принципы корпоративной социальной ответственности и др.

Другой исследователь XX века, Т. Веблен, рассматривал корпорацию как крупную организацию акционерной формы, подчеркивая большое распространение в современной ему экономике «...концернов достаточно большого размера, чтобы стать чем-то большим, нежели предприятием местного значения...» [35, с. 108]. Основным критерием успеха деятельности корпораций Т. Веблен считал степень ее институционализации, мерой измерения которой выступает «good-will» – то есть стоимостная оценка нематериальных активов корпорации, определяемая ее деловыми связями, количеством патентов, «раскрученностью» торговых марок, наличием личных связей в органах государственной власти и управления. Т. Веблен отмечал необратимость отчуждения собственников, т.е. акционеров, от управления корпорацией, связанную с сокращением доли обыкновенных акций в ее совокупном капитале. Корпорации, «живущие в долг», не принадлежат самим себе или своим внутренним субъектам, а являются «общей» собственностью кредиторов и поставщиков, которым они должны за потребленную продукцию. Кроме этого, Т. Веблен указал на еще одно противоречие, порождаемое машинным способом производства, и заключающееся в несовпадении экономических целей, преследуемых собственниками капитала и состоящих в интенсификации процессов производства и ускорении научно-технического прогресса, и целей политических, связанных с поддержанием стабильной структуры мирового хозяйства и его геополитической устойчивости. Следовательно, согласно взглядам Т. Веблена, корпорации могли успешно развиваться лишь в качестве институционально необходимых субъектов экономической

системы, потребность в которых ощущалась бы всеми или хотя бы большинством взаимодействующих с ними субъектов.

В работе «Современная корпорация и частная собственность», авторами которой являются А. Берле и Г. Минц [276], рассмотрены особенности корпораций 30-х годов XX века и выявлено качественно новое порождаемое их деятельностью противоречие – между номинальным (юридически закрепленным) и фактическим распределением прав собственности в корпорациях. Увеличение масштабов деятельности корпораций ведет к росту числа ее владельцев-акционеров, в то время как доля каждого собственника в капитале корпорации постепенно сокращается. Следствием этого является «распыление» власти собственников (акционеров) в корпорации и ее фактический «захват» наемными управляющими, использующими корпорацию в целях повышения личного благосостояния. По мнению А. Берле и Г. Минца, преодолеть выявленное противоречие возможно посредством развития встроенных в капиталистическую экономику механизмов контроля: эффективных фондового рынка и рынка труда менеджеров высшего звена. Фондовый рынок должен в полной мере обладать свойством информационной эффективности, что позволит ему своевременно реагировать на принятие менеджерами решений, противоречащих интересам собственников, путем снижения курса акций. Развитый рынок труда, в свою очередь, призван сокращать транзакционные издержки, возникновение которых связано с увольнением высших менеджеров.

Альтернативная точка зрения на корпорацию и ее роль в процессе глобализации мировой экономики была предложена Дж. Баканом [11]. В своих исследованиях он отметил, что в течение XX в. корпорации эволюционировали в неподконтрольные экономические субъекты, получившие законные права преследовать собственные экономические выгоды вне зависимости от пагубности последствий их деятельности для всего общества. Это порождает новое противоречие, наиболее заметно

проявляющееся во взаимоотношениях государства с корпорациями с одной стороны, и обществом – с другой. Дж. Бакан выявил, что в начале XXI в. между важнейшими институтами современной экономики – корпорациями и государством – сформировалось и закрепились «партнерство», претворяющееся в жизнь в форме государственных императивов и основывающееся на замещении целей общества (в самом широком их понимании) интересами корпораций. Отделение общества от присвоения в подобных условиях перестает быть частным делом владельцев корпораций, и, зачастую, встраивается в государственные механизмы современной экономики, причем государственные структуры в данном случае оказываются подчиненными по отношению к корпорации. Для решения названной проблемы Дж. Бакан предлагает усилить регулятивные функции государства, стимулировать политическую демократию, отказаться от глобального либерализма и повысить эффективность деятельности общественных институтов. Главной нерешенной проблемой остается то, каким именно способом осуществить предлагаемые мероприятия усилиями самого государства.

Как правило, говоря о корпорации, ученые следуют традиции англо-саксонского права и отождествляют ее с акционерным обществом. Значительно реже исследователи употребляют данный термин в более широком смысле – как союз, созданный для достижения общих целей. Второй подход отчасти схож с точкой зрения Д. Белла [15], считающего корпорацию жизненно необходимым для современного общества элементом. Автор разделяет второй подход, но с некоторым его уточнением: в данном исследовании под корпорацией понимается институционально автономный субъект экономической системы, реализующий в процессе своей деятельности функцию материального производства. Сделанный акцент на институциональную автономность отличает корпорацию, как категорию экономической науки, от близких к ней дефиниций «фирма» и «предприятие», под которыми понимаются субъекты, автономные на рынке

(фирмы) или в производстве (предприятия) соответственно. В современных условиях развития экономических отношений в Российской Федерации большинство корпораций осуществляют свою деятельность в виде отдельных акционерных обществ, финансово-промышленных групп, холдингов, концернов, бизнес-групп и прочих формальных или неформальных объединений.

В настоящее время происходит постепенное преобразование корпораций. Если в начале XX века корпорация представляла собой единую структуру, где все связи между функционально разнородными процессами были встроены во внутрикорпоративную иерархию и подчинены достижению общей цели, то в начале XXI века корпорация преобразуется в относительно свободный союз способных к творчеству индивидов. В результате корпорация превращается в атомарную, формирующуюся на основе функционально специализированных подразделений (платформ, ячеек). Сравнить структуру корпорации в индустриальной экономике с новой, атомарной корпорацией можно с помощью рисунков 1.5 и 1.6.

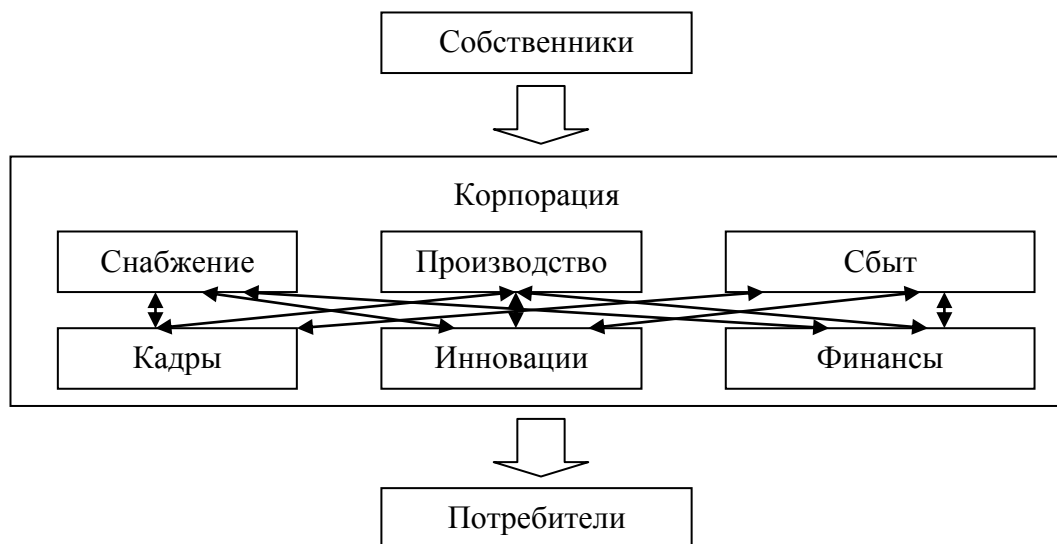


Рисунок 1.5 – Структура корпорации в индустриальной экономике

В структуре современных корпораций можно выделить производственные платформы (заводы), подразделения по работе с клиентами (посреднические структуры), платформы НИОКР (научно-

исследовательские институты), подразделения, специализирующиеся на управлении инвестиционным портфелем (банки, ПИФы и прочие финансовые компании), сервисные платформы и др.

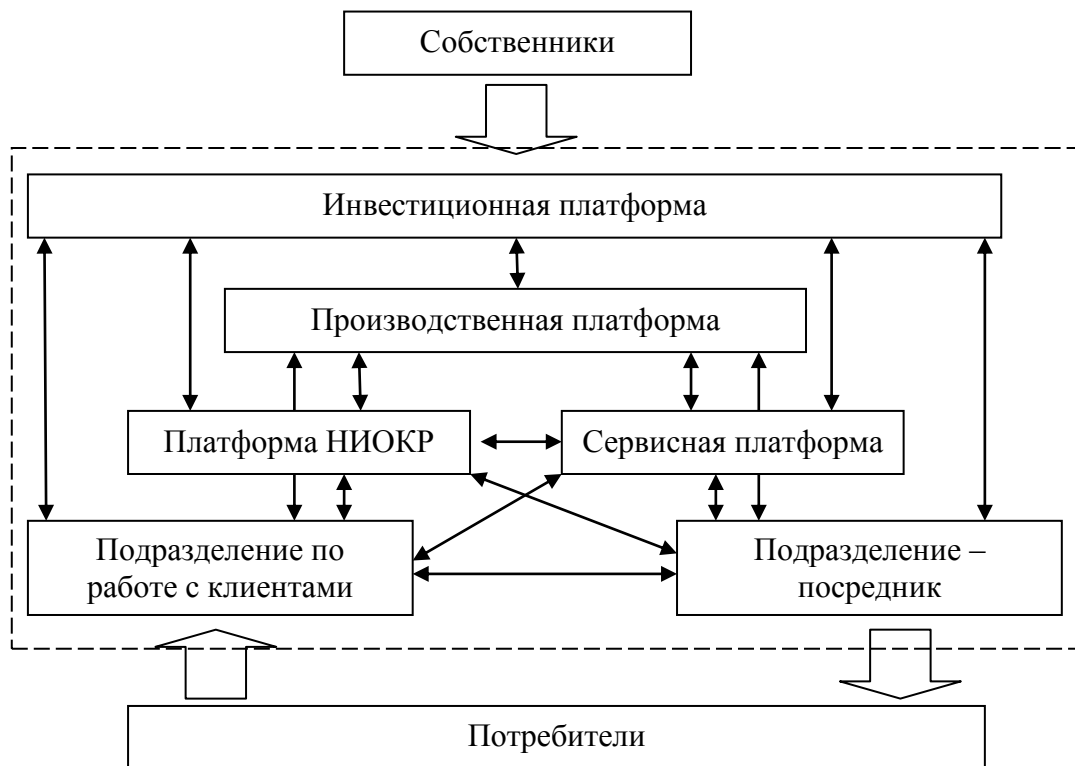


Рисунок 1.6 – Структура современной корпорации

Если на рисунке 1.5 все связи между функционально разнородными процессами встроены в единую внутрикорпоративную иерархию и подчинены общей цели, что часто ведет к потере их экономической эффективности, то рисунок 1.6 иллюстрирует атомарную корпорацию, каждый элемент которой действует на свободном рынке, относительно самостоятельно определяя свои цели и стратегию развития. При этом он может взаимодействовать с потенциально неограниченным количеством других разнородных элементов, формируя, таким образом, структуру современной экономики.

Основными особенностями современных корпораций являются:

1. Крупные корпорации обычно состоят из нескольких предприятий (юридических лиц) и могут иметь в своем составе в разной степени

диверсифицированные виды и формы бизнеса.

2. Занимая лидирующее положение на рынках, крупные корпорации способны управлять рыночным спросом и ценами в среднесрочной и долгосрочной перспективе, что актуализирует функцию планирования как одного из важнейших видов управленческой деятельности.

3. Располаясь значительными ресурсами (материальными и нематериальными), крупные корпорации, иницируя создание и внедрение технологических новшеств, являются двигателями научно-технического прогресса, обеспечивая, таким образом, техническую базу для развития общества, с вытекающими позитивными и негативными последствиями.

4. В отличие от фирм малого и среднего бизнеса, крупные корпорации зачастую являются градообразующими, от их деятельности во многом зависит состояние окружающей среды, качество потребительских товаров.

5. Объединяя значительное количество сотрудников для достижения своих конкретных целей, корпорации создают специфическую внутрифирменную институциональную среду, которая диктует определенные нормы поведения как внутри самой корпорации, так и за ее пределами, во внешней среде, влияя на институциональную структуру общества в целом.

6. Крупные размеры корпораций, предполагающие большие доходы, делают их влиятельными рыночными субъектами не только для участников данного рынка и других смежных рынков, но и для государственных институтов. Современные корпорации также оказывают существенное влияние на общество в целом, поскольку играют не только важную экономическую, но и еще более важную социальную роль. Кроме доходов в бюджет в виде выплачиваемых налогов, они, являясь крупными работодателями, существенно влияющими на уровень занятости, оплату труда и систему социально-трудовых отношений, а также за счет высокой деловой репутации служат гарантом исполнения обязательств по договорам, и, таким образом, являются экономической и социальной опорой общества, обеспечивая его стабильность и безопасность.

7. Одной из важных особенностей современных корпораций является наличие внутри нее нескольких принципиально различных социальных групп, так называемых, внутренних стейкхолдеров³ (менеджеров, мажоритарных и миноритарных акционеров, работников и др.), представляющих широкий спектр интересов, которые необходимо согласовать, чтобы обеспечить баланс с интересами внешних стейкхолдеров (потребителей, покупателей, партнеров, государства и общества в целом).

Стейкхолдеры формируют взаимозависимую систему отношений (связей), своеобразную «паутину», которая может либо поддерживать бизнес в трудную минуту, либо, напротив, лишать его возможности действовать. Наличие подобного рода социальных связей еще раз подтверждает тот факт, что корпорация как важный общественный институт включена в систему отношений, во многом определяющих социальное бытие отдельных сегментов общества, а если брать корпоративный сектор в целом, то и всего общества в целом. По существу, она делит с государством ответственность за состояние системы социальных услуг, за благополучие общества и его безопасность, т.е. происходит социализация деятельности современных корпораций. В свою очередь, общественная среда достаточно сильно влияет на достижение корпорациями поставленных целей. Поэтому бизнесу приходится уравнивать свои экономические цели с социо-эколого-экономическими интересами внешнего окружения (стейкхолдеров). Таким образом, современные корпорации не могут действовать изолированно от общества, поскольку сами являются частью социума, и несут ответственность перед обществом, в котором они функционируют.

В результате изменяется долгосрочная целевая функция современной корпорации: вместо максимизации прибыли и/или минимизации транзакционных издержек приоритетным становится стабильный рост бизнеса, который возможен лишь при согласовании интересов корпорации и

³ Стейкхолдеры – это группы, организации или индивидуумы, на которые компания оказывает влияние и/или от которых она зависит.

ее основных стейкхолдеров. Подобную корпорацию автор определяет как «неокорпорация».

Таким образом, неокорпорация – это социализированная форма института современной корпорации, которая обеспечивает достижение своих долгосрочных целей посредством выявления и согласования интересов всех социальных групп, так или иначе, с ней связанных.

Основные направления стратегии развития неокорпорации призваны отвечать интересам общества. Являясь по своей природе социально-рыночным институтом, неокорпорация должна, прежде всего, обеспечивать социальную стабильность и безопасность. Приоритет интересов всего общества, а не отдельных его групп или хозяйствующих субъектов, обосновывает принцип методологической социализации, отличающий современные направления развития новой институциональной теории.

Модификация экономических отношений в современном обществе, порожденная глобализацией и интернационализацией хозяйственных связей, усиление корпоративных основ экономики, а также эволюция самой корпорации как способа организации материального производства, приводят к появлению новых не только позитивных, но и негативных последствий социально-экономического развития (таблица 1.4).

Таблица 1.4 – Позитивные и негативные последствия современного социально-экономического развития

Основные тенденции развития современной экономики	Последствия:	
	позитивные	негативные
Корпоратизация экономики	Рост производства и потребления	Монополизация рынков, искусственные ограничения производства, неэффективность, региональная стагнация
Расширение масштабов деятельности корпораций	Концентрация и централизация капитала акционерных обществ, рост числа акционеров (собственников)	Размывание собственности в корпорации, усиление отчуждения собственности от управления; злоупотребления со стороны наемных топ-менеджеров

Продолжение таблицы 1.4

Переход от массового к персонифицированному производству	Ориентация на потребителя, расширение номенклатуры и ассортимента товаров и услуг	Ограниченный доступ отдельных социальных групп к определенным товарам и услугам
Становление постиндустриальной стадии развития	Внедрение технологических инноваций, всемерное распространение информационно-коммуникационных технологий	Загрязнение окружающей среды, истощение материальных ресурсов, корпорация выступает источником цикличности
Глобальный характер экономических отношений	Транснационализация корпораций, расширение рынков сбыта, снижение неопределенности на рынках ресурсов и готовой продукции, рост эффективности распределения ресурсов	Усиление конкурентной борьбы, замещение общественных целей интересами корпорации, асимметрия в распределении доходов, риск превращения корпорации в экономического субъекта, неподконтрольного государству
Социализация деятельности корпорации	Изменение долгосрочной целевой функции, стратегическое планирование производственной и социальной деятельности корпорации с учетом интересов основных стейкхолдеров	Разнонаправленность краткосрочных и долгосрочных целей деятельности корпорации

В таблице 1.4 приведены лишь основные позитивные и негативные последствия развития современной экономики, вызванные эволюцией корпорации, как системообразующего социально-экономического субъекта. Из множества альтернативных направлений нивелирования отрицательных последствий, указанных в таблице, наиболее оптимальным, на взгляд автора, является регулируемая со стороны государства эволюция корпорации к своей новой, более эффективной форме организации материального производства – неокорпорации.

Более того, институционализация функционирования неокорпорации должна осуществляться при общественном согласии с учетом основных интересов всех социальных групп, так или иначе, связанных с ее деятельностью.

1.3 Модели, формы и особенности современного взаимодействия властных и предпринимательских структур

Генезис рыночной экономики демонстрирует последовательную смену периодов усиления влияния либо государства, либо бизнеса, поэтому к началу XXI века вопрос о соотношении их роли вновь стал актуальным не только в странах с транзитивной экономикой, но и в тех, где рыночные институты уже давно сформированы, а система государственного регулирования вполне отлажена.

Трансформация экономических систем бывших социалистических стран способствовала существенному снижению роли государства в решении социально значимых проблем. В результате системы социального обеспечения этих стран потеряли значительную часть своей бывшей эффективности, а уровень доступности населения к основным социальным услугам и социальному обеспечению резко снизился. Поляризация общества на «бедных» и «богатых» стала серьезным препятствием на пути становления эффективной рыночной экономики.

В настоящее время в России сложился устойчивый слой так называемых «новых бедных», включающий граждан, доходы которых, несмотря на наличие постоянного места работы, ниже уровня обеспечивающего нормальное существование. Значение показателя соотношения минимальной и средней заработной платы составляет 10% при 50% рекомендованных МОТ.⁴ Существующие на сегодняшний день в России институты демонстрируют неспособность разрешать приоритетные экономические и социальные проблемы населения страны, а также не учитывают мнение «рядовых граждан» при решении наиболее важных задач

⁴ Комитет по социальным правам Совета Европы утверждает, что соотношение минимальной и средней заработной платы не должно падать ниже 60%.

организации хозяйственной жизни, что неизбежно подрывает в обществе доверие к власти. Следовательно, обостряется необходимость поиска новых, более эффективных организационных форм взаимодействия власти, бизнеса и населения, способных обеспечить решение названных проблем. Именно здесь возникает первая проблема, связанная с тем, что нужно четко определить, кто с кем в реальной жизни должен взаимодействовать. Речь идет о взаимодействии секторов, которые характеризуют различные стороны человеческой деятельности.

Можно выделить четыре сектора: властный, коммерческий, некоммерческий и семейный, но поскольку публичная активность людей проявляется в рамках трех первых секторов, то, как правило, выделяют именно них. В теории и практике нет единого подхода к определению каждого из секторов. Учитывая федеративное устройство России под властным сектором (I сектором) в данном исследовании понимается:

- государственная власть;
- региональные органы власти и управления;
- местные органы самоуправления.

Следует отметить, что согласно Конституции РФ, органы местного самоуправления не включаются в систему органов государственной власти России, однако, будет разумно под властным сектором понимать государственные властные структуры всех уровней и местное самоуправление в том числе.

Коммерческий сектор (II сектор) нацелен на получение прибыли, извлекаемой в ходе производства и реализации товаров и услуг, и создающий экономическую базу для функционирования всех секторов общества. Данный сектор в России возник относительно недавно, и его формирование напрямую связано с рыночными преобразованиями.

Некоммерческий сектор (III сектор) трактуется как добровольческий сектор, в рамках которого осуществляется самоорганизация людей для самостоятельного и совместного решения общих проблем.

Это совокупность некоммерческих организаций (НКО), деятельность которых не преследует цель извлечения прибыли. Цели функционирования подобных организаций включают реализацию благотворительных, культурных, социальных, образовательных, научных, управленческих и других проектов и программ, охрану окружающей среды и здоровья граждан, развитие физической культуры и спорта, удовлетворение духовных и прочих нематериальных потребностей, защиту прав и законных интересов граждан или организаций, разрешение споров и конфликтов, оказание юридической помощи, а также создание и распределение общественных благ. Формирование III сектора в России относят к концу 1980-х годов, однако и в настоящее время он все еще находится в стадии становления.

Предметом исследования в рамках данной работы являются взаимоотношения органов государственной власти и бизнес-структур, т.е. первого и второго секторов. Поэтому, не исключая наличие третьего сектора, дальнейший анализ в рамках данной главы будет охватывать лишь двухстороннее взаимодействие.

В настоящее время можно констатировать наличие двух альтернативных моделей взаимодействия властных и предпринимательских структур, названных автором атомистическая и ассоциированная.

Атомистическая модель формируется в условиях низкой экономической силы бизнеса, который представлен отдельными разрозненными конкурирующими между собой предпринимательскими структурами, осуществляющими с государством, в зависимости от степени доверия к нему, одностороннее (лидерство власти) или двустороннее (частное) взаимодействие. Государство в данной модели рассматривается как внешняя сила, при этом его основной функцией является совместная с бизнесом разработка правил регулирования экономики, разрешения деловых конфликтов (которые не могут быть преодолены предпринимательским сообществом самостоятельно), а также мер поддержки национальных производителей на международных рынках.

В условиях высокой экономической силы бизнеса атомистическая модель трансформируется в ассоциированную, для которой характерна ориентация на сотрудничество различных социальных и профессиональных групп с целью обеспечения успешного и стабильного развития национальной экономики в целом. Государство в данной модели является одним из взаимодействующих субъектов, обеспечивающим разработку и соблюдение общих «правил игры». Также государство является той силой, которая несет основное бремя социальных обязательств перед обществом, и поэтому имеет право выдвигать определенные требования к бизнесу.

В рамках ассоциированной модели бизнес эволюционирует от экономического актора, ориентированного на максимизацию прибыли, до социально ответственного субъекта гражданского общества. При этом во взаимодействие вступают уже не отдельные предпринимательские структуры, а их объединения и союзы, оформленные институционально, которые получают возможность участвовать в выработке законопроектов и принятии политических решений в обмен на добровольное выполнение части социальных функций, традиционно осуществляемых государством.

Следует отметить, что в хозяйственной практике ни атомистическая, ни ассоциированная модель взаимодействия властных и предпринимательских структур не существует в чистом виде. Национальные экономики чаще всего представляют собой их смешение и переплетение. Преобладание одной модели над другой определяется уровнем социально-экономического развития государства. В промышленно развитых странах преобладает ассоциированная модель, а в развивающихся – атомистическая, которая с развитием экономики трансформируется в ассоциированную. Таким образом, на наш взгляд, первая модель, по сути, является начальным этапом формирования второй.

Изучение и обобщение отечественных и зарубежных исследований в области межсекторного взаимодействия позволило автору выделить четыре формы взаимодействия властных и предпринимательских структур,

возникающих в рамках той или иной модели, и проявляющихся в зависимости от экономической силы и степени доверия взаимодействующих субъектов друг к другу (рисунок 1.7).

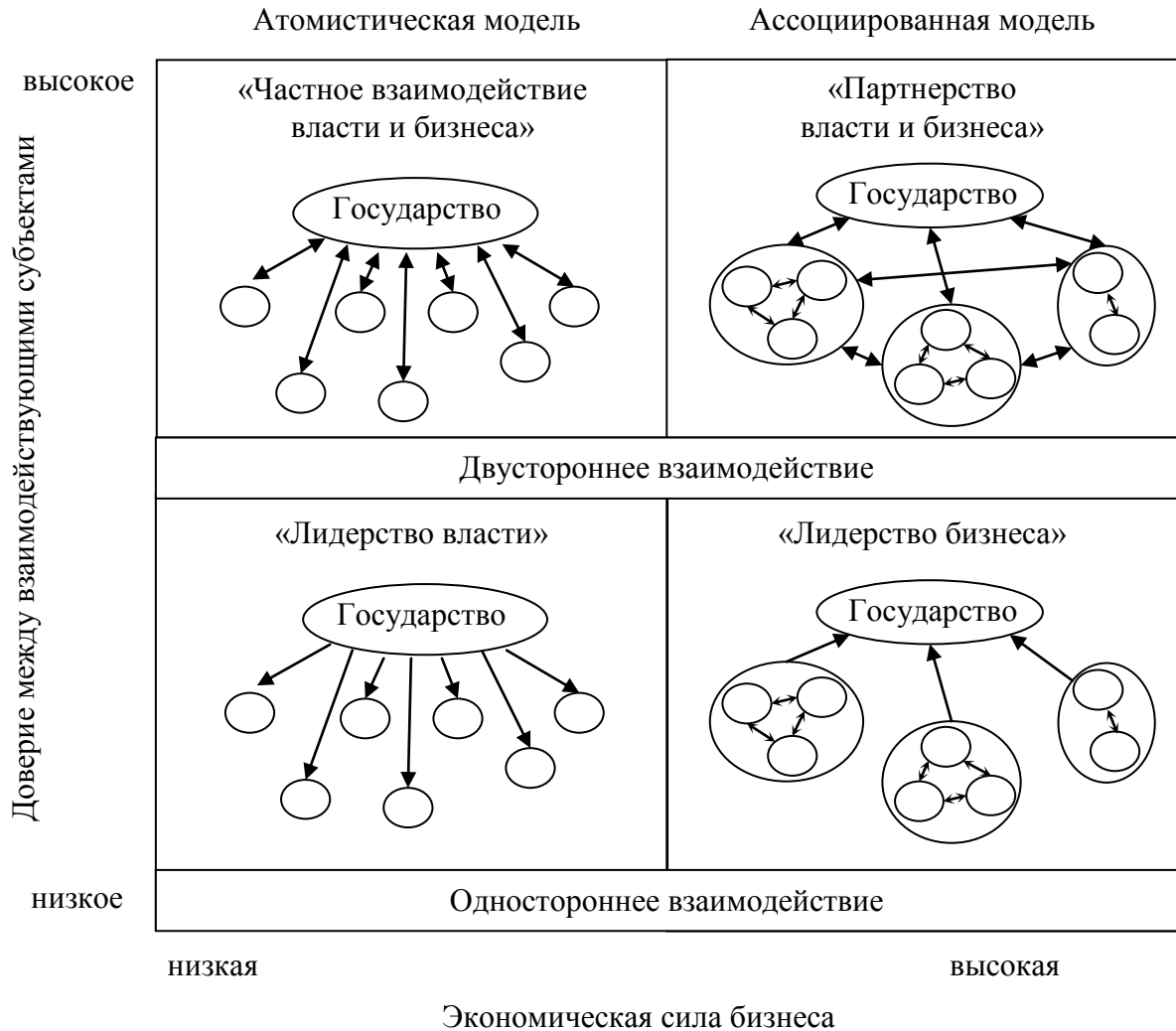


Рисунок 1.7 – Современные модели и формы взаимодействия властных и предпринимательских структур

«Лидерство власти» – это простейшая форма взаимодействия, выступающая как особый экономический ресурс социально-экономического развития, используемый властными структурами для осуществления ими основных функций, связанных с производством и распределением общественных благ, а также с созданием инфраструктурных и социальных условий предпринимательской деятельности. В подобной ситуации бизнес-

структурам приходится следовать директивам власти, так как «социальная нагрузка» является обязательным условием вступления в рынок или одним из способов преодоления существующих административных барьеров.

«Лидерство бизнеса», также как и «лидерство власти» представляет собой одностороннюю форму взаимодействия властных и предпринимательских структур. При этом власть лишь номинально принадлежит органам государственного управления, тогда как реально реализуется одной или несколькими крупными, капиталоемкими компаниями, где занята большая часть трудоспособного населения территории ее присутствия. Как правило, подобные компании имеют общегосударственное значение, а руководители региона или муниципалитета являются их «ставленниками». Поскольку на данной территории власть де-факто принадлежит бизнесу, компании вынуждены осуществлять компенсирующую функцию, другими словами, «достраивать» территорию своего присутствия до уровня, который необходим для обеспечения не только простого, но и расширенного воспроизводства. В результате чего компании оказываются перегруженными социальными обязательствами перед местным сообществом. Таким образом, в подобной форме взаимодействия главной движущей силой и лидером социально-экономического развития территорий становится бизнес.

«Частное взаимодействие власти и бизнеса» предполагает совокупность экономических отношений между властными и отдельными разрозненными предпринимательскими структурами или их группами, не способными навязывать друг другу собственные правила игры. Основными функциями государства являются установление норм и правил, гарантирование их соблюдения, обеспечение безопасности страны (обороноспособность, сохранение природной и технологической среды), стратегическое планирование и организация социальной помощи. Однако в условиях дефицита бюджетных ресурсов, органы власти в поисках дополнительных источников финансирования территорий вступают с

бизнесом в переговоры (торги) по поводу определения величины общественной нагрузки на доходы бизнеса с одной стороны, и уровня его государственной защиты – с другой. Таким образом, во взаимоотношениях бизнеса и власти возникает так называемая «система обменов», которая предполагает, что вероятность и величина государственной поддержки предпринимательских структур напрямую зависит от их участия в развитии территории присутствия посредством дофинансирования различных социо-эколого-экономических проектов и программ [301].

Особенностью «системы обменов» является ее высоко персонифицированный характер, проявляющийся в том, что процесс обмена осуществляется, главным образом, на личной основе и заинтересованности отдельных экономических субъектов. Это ведет к созданию заведомо неравных условий для функционирования различных предпринимательских структур, в зависимости от их доступности к тем или иным представителям органов власти. В то же время бизнес часто сам оказывается заинтересованным в финансировании различных социально-экономических проектов и программ, так как при этом получает дополнительные выгоды путем роста собственной репутации, а также в виде улучшенных инфраструктурных условий и социального климата его деятельности.

«Партнерство власти и бизнеса» предполагает, что органы государственной власти и предпринимательские структуры осознают всю важность эффективного взаимодействия. Представители власти стараются не принуждать бизнес к осуществлению социальных инвестиций, а ведут с ним конструктивный диалог, обосновывая их необходимость [68]. При этом в диалог вступают не отдельные предприниматели, а их объединения, ассоциации. Таким образом, координатором социальных вложений бизнеса выступают органы власти и союзы предпринимателей.

В условиях, когда во взаимодействие власти и бизнеса включаются общественные организации, представляющие интересы населения территории присутствия предпринимательских структур, «партнерство

власти и бизнеса» эволюционирует в социальное партнерство.

На наш взгляд, именно такая форма взаимодействия является наиболее эффективной в повышении благосостояния населения регионов и страны в целом, поскольку именно в ней используются так необходимые цивилизованному рынку инструменты и механизмы привлечения инвестиций. Партнерство является наиболее эффективной формой взаимодействия и с точки зрения предпринимателей, что обусловлено совместным (бизнесом и властью) определением приоритетов, целей и задач социальной политики, а также тех областей, где участие бизнеса будет более эффективным. Именно объединение ресурсов и профессионализма представителей каждого из секторов экономики способствует оптимизации решения важнейших социальных задач.

Сравнительная характеристика выявленных преимуществ и недостатков каждой из перечисленных форм взаимодействия органов власти и бизнеса представлена в таблице 1.5.

Таблица 1.5 – Преимущества и недостатки форм взаимодействия властных и предпринимательских структур

	Преимущества	Недостатки
1. «Лидерство власти»		
Для органов власти	Экономия бюджетных средств за счет финансирования бизнесом социальных расходов; увеличение сумм налоговых поступлений; дополнительные отчисления в бюджет в виде безвозмездной помощи, благотворительных взносов, пожертвований и пр.	Усиливающееся вмешательство бизнеса в социальную сферу; повышение степени иждивенчества и бюрократизма властей; отсутствие стимулов для эффективного использования средств бизнеса
Для бизнеса	Возможность входа на рынок; преодоление административных барьеров; некоторая поддержка со стороны властей и населения.	Давление на бизнес со стороны органов власти; обязательность выплат или расходов, осуществляемых по требованию властей; рост недовольства социальной политикой; незаинтересованность бизнеса в социальных расходах.
2. «Лидерство бизнеса»		
Для органов власти	Переложение своих функций на предпринимательские структуры.	Отсутствие реальной власти в регионе; невозможность проведения независимой политики.

Продолжение таблицы 1.5

	Преимущества	Недостатки
Для бизнеса	Возможность воздействия на органы власти; вмешательство во все сферы принятия решений органами власти; возможность проведения выгодной для бизнеса политики в регионе.	Необходимость выполнения компенсирующей функции; высокий уровень социальных затрат, что приводит к снижению эффективности в среднесрочной перспективе.
3. «Атомистическое взаимодействие»		
Для органов власти	Расширение возможности привлечения дополнительных ресурсов; экономия бюджетных; развитие инфраструктуры региона присутствия бизнеса.	Высокая степень зависимости от решений бизнеса; значительные риски, связанные с оппортунистическим поведением бизнес-структур.
Для бизнеса	Возможность приобретения дополнительных конкурентных преимуществ через доступ к информации; лоббирование выгодных решений через законодательное собрание; обеспечение устойчивого положения на рынке; снижение политических рисков.	Высокие издержки встречного оппортунистического поведения; отсутствие бюджетных ограничений для органов власти при торге с бизнесом; неравные условия для различных бизнес-структур в зависимости от контактной доступности чиновников.
4. «Социальное партнерство»		
Для органов власти	Привлечение в регион дополнительных финансовых ресурсов на основе взаимовыгодного сотрудничества с бизнесом.	Недостатки данной формы для всех субъектов могут проявиться лишь в краткосрочной перспективе. Это связано, прежде всего, с тем, что социальное партнерство всегда осуществляется исключительно на взаимовыгодных условиях по принципу: «то, что выгодно каждому – выгодно всем».
Для бизнеса	Возможность осуществления социальных инвестиций; укрепление доверия со стороны населения; рост репутации; повышение маркетинговых, экономических и финансовых показателей.	

Таким образом, взаимодействие властных и предпринимательских структур может как поддерживать иждивенчество и бюрократизм, так и привнести в социальную сферу недостающие принципы эффективного управления. Конечный результат будет напрямую зависеть от типа выбранной модели и формы взаимодействия бизнеса и власти.

В современной России процесс преобразования атомистической модели в ассоциированную находится на начальном этапе, поэтому преобладающей формой является частное взаимодействие властных и предпринимательских структур.

Однако уже наметилась явно выраженная тенденция эволюционного перехода к становлению более высокой формы – партнерства, но с

сохранением так называемой «системы обменов», имманентно присущей предшествующей форме взаимодействия.

Впервые существование «системы обменов» в российской экономике выявил Т. Фрай, опираясь на исследования предприятий 2000-2001 гг. В работе «Capture or Exchange? Business Lobbying in Russia» Т. Фрай доказал, что те представители бизнес-сообщества, которые преуспевают в лоббировании своих интересов и получении государственной поддержки, как правило, сталкиваются с повышенными обязательствами. В частности, эти компании чаще инспектируются различными государственными инспекциями, подвергаются контролю над ценами, что является благоприятной основой для возникновения коррупции. Исследовав более 500 представителей российского бизнеса, Т. Фрай обнаружил, что на всех уровнях власти (федеральной, региональной и местной) крупные предпринимательские структуры заметно влияют на принятие законов, а те компании, где в качестве собственника присутствует государство, получают большую поддержку от властей, чем остальные [301].

В дальнейшем выводы, полученные Т. Фраем, нашли свое подтверждение в работах других авторов [94, 263, 264, 305, 311] и в данном исследовании. Например, А.В. Говорун и А.А. Яковлев [264] отмечают, что значимую роль во взаимоотношениях властных и предпринимательских структур играют бизнес-ассоциации, что подтверждает вывод автора о становлении в России социального партнерства. Кроме того, в рамках данного исследования выявлено, что во взаимодействии бизнеса и государства в системе социального партнерства сохраняется присущая предыдущей форме «система обменов», что, по мнению автора, является российской спецификой. Предпринимательские структуры, но уже в качестве членов бизнес-ассоциаций, чаще получают государственную поддержку и также чаще сталкиваются с повышенными обязательствами, в т.ч. и социальными.

С целью выявления современных особенностей взаимодействия власти

и бизнеса автором было проведено обследование 200 российских компаний, функционирующих в различных регионах страны в период 2007-2012 гг. Перечень обследуемых бизнес-структур представлен в Приложении А. Регионы обследования включали Новгородскую, Ленинградскую, Архангельскую, Псковскую, Тверскую, Смоленскую, Воронежскую и Нижегородскую области. Выборка регионов формировалась таким образом, чтобы в ней были представлены регионы различных типов – лидеры и аутсайдеры, доноры и реципиенты федерального бюджета, осуществляющие более либеральную или более консервативную социально-экономическую политику.

В обследовании приняли участие компании различных отраслей экономики, занятые как в промышленности, так и в сфере услуг, различной организационно-правовой формы и размеров, в отличие от многих современных работ, посвященных анализу лишь крупнейших российских бизнес-структур.

Обследование проводилось методом анкетирования. Анкета (Приложение Б) включала 20 вопросов, позволяющих охарактеризовать интенсивность и формы поддержки компаний со стороны государства, а также масштабы, формы и причины оказания бизнес-структурами помощи в социально-экономическом развитии территории своего присутствия.

Респондентам было предложено ответить на вопрос «Оказывалась ли поддержка компании со стороны государства в период 2007-2012 гг.?» При этом респонденты предоставили информацию в разрезе поддержки от органов власти различных уровней: федерального, регионального и местного. Результаты опроса обобщены в таблицах 1.6 и 1.7. Как видно из таблицы 1.6, число бизнес-структур, получивших поддержку со стороны государства в 2012 г. заметно сократилось по сравнению с 2007 г. Если в 2007 г. государственную поддержку получали 47,8% опрошенных компаний из сферы промышленности и 23,5% из сферы услуг, то в 2012 г. соответствующие показатели снизились до 45,2% и 18,8%.

Таблица 1.6 – Поддержка бизнес-структур со стороны государства

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Отклонение 2012 г. к 2007 г., %
Поддержка компании оказывалась, %	37,5	40,0	38,5	37,0	35,5	34,0	-3,5
в т.ч.:							
- промышленность, %	47,8	50,4	48,7	47,0	46,1	45,2	-2,6
- услуги, %	23,5	25,9	24,7	23,5	21,2	18,8	-4,7

Максимальная господдержка предпринимательских структур, функционирующих как в промышленности, так и в сфере услуг, оказывалась в 2008-2009 гг., что связано с нивелированием правительством части отрицательных последствий экономического кризиса и дефолта 2008 г. В целом, в промышленности сокращение масштабов государственной поддержки в адрес компаний составило 2,6%. В сфере услуг сокращение оказалось еще более заметным – 4,7%.

Таблица 1.7 – Поддержка бизнеса органами власти различного уровня, %

Господдержка:	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Отклонение 2012 г. к 2007 г., %
1. В промышленности:							
- федеральными	6,1	7,4	6,8	4,3	4,8	5,2	-0,9
- региональными	22,6	25,4	25,0	24,3	24,0	23,5	0,9
- местными	19,1	20,0	18,8	15,7	16,2	17,4	-1,7
2. В сфере услуг:							
- федеральными	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	1,2	1,2
- региональными	9,4	9,8	9,6	9,4	8,8	8,2	-1,2
- местными	14,1	16,5	16,2	16,5	14,3	12,9	-1,2

Как видно из таблицы 1.7, в предоставлении государственной поддержки на протяжении всего рассматриваемого периода более активны региональные и местные органы власти, при этом поддержку как на

региональном, так и на муниципальном уровне значительно чаще получают промышленные бизнес-структуры.

Из предложенного в анкете перечня возможных инструментов государственной поддержки по отношению к промышленным предпринимательским структурам в 2007 г. респонденты чаще всего отмечали налоговые льготы, отсрочку по уплате налогов, предоставление льготных кредитов и гарантий под банковское кредитование (рисунок 1.8).



Рисунок 1.8 – Инструменты господдержки промышленных бизнес-структур, %

Как видно из рисунка 1.8, доля налоговых льгот среди прочих инструментов государственной поддержки промышленных бизнес-структур в динамике сокращается. Это связано с постепенной отменой большинства налоговых льгот на региональном уровне: с 2010 г. в отдельных регионах законодательно введены повышенные ставки земельного налога, а также отменены льготы по налогу на имущество научных учреждений, городских специализированных похоронных служб, аэропортов, аэродромов и т.д.

В сфере услуг чаще других мер государственной поддержки предпринимательских структур респонденты отмечали предоставление льгот по арендным платежам за пользование помещениями и земельными участками. При этом структура инструментов господдержки в динамике практически не изменяется (рисунок 1.9).

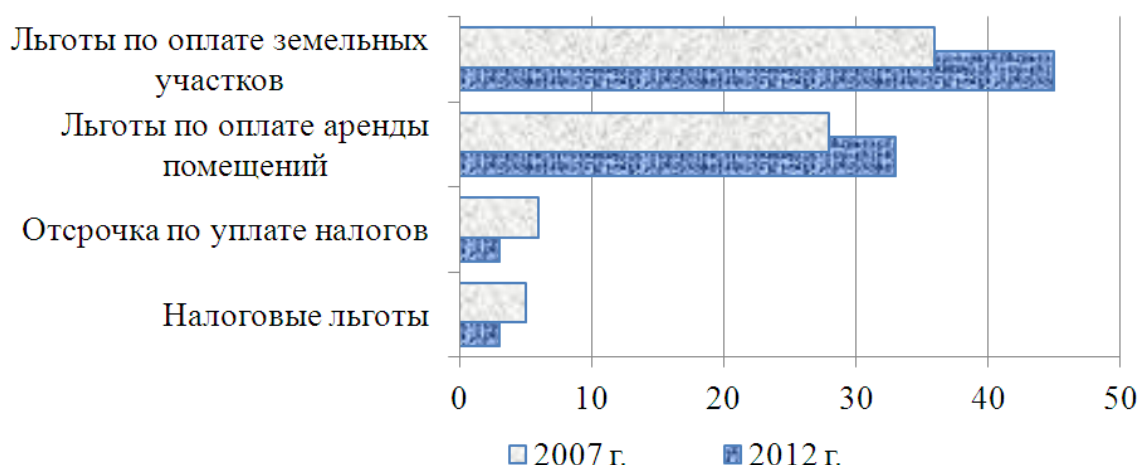


Рисунок 1.9 – Инструменты господдержки предпринимательских структур в сфере услуг, %

Существенно различается государственная поддержка крупных, средних и малых компаний, занятых как в промышленности, так и в сфере услуг (таблицы 1.8 и 1.9).

Таблица 1.8 – Структура господдержки промышленных компаний различных размеров в 2012 г., в % от числа поддержанных

Уровень поддержки	Среднесписочная численность работников			
	до 200 чел.	201-500 чел.	501-1000 чел.	более 1000 чел.
Федеральный	0,0	0,0	16,7	83,3
Региональный	0,0	16,7	50,0	33,3
Муниципальный	13,6	63,6	18,2	4,5
Всего	5,8	34,6	32,7	26,9

Как показывают данные таблицы 1.8, со стороны федеральных органов власти поддержка чаще оказывается крупным промышленным бизнес-структурам (501-1000 чел. – 16,7%, и свыше 1000 работников – 83,3%), со стороны региональных органов власти – средним и крупным (201-500 чел. – 16,7%, 501-1000 чел. – 50,0%, более 1000 работников – 33,3%), а со стороны муниципальных органов власти – малым и средним компаниям (до 200 чел. –

13,6%, 201-500 чел. – 63,6%, 501-1000 чел. – 18,2%). Выводы, полученные по результатам таблицы 1.8, подтверждают и более ранние исследования автора (за 2007 год) (Приложение В Таблица 1).

Таблица 1.9 – Структура государственной поддержки компаний сферы услуг различных размеров в 2012 г., в % от числа поддержанных

Уровень поддержки	Среднесписочная численность работников			
	до 50 чел.	51-100 чел.	101-200 чел.	более 200 чел.
Федеральный	0,0	0,0	0,0	100,0
Региональный	0,0	20,0	40,0	40,0
Муниципальный	10,0	30,0	60,0	0,0
Всего	6,3	25,0	50,0	18,8

Таблица 1.9 позволяет сделать следующий вывод: в сфере услуг государственную поддержку преимущественно получают крупные компании. При этом федеральная поддержка осуществляется избирательно, только для бизнес-структур с численностью работников свыше 200 чел., занятых в наиболее значимых сферах деятельности (телекоммуникации, связь, транспорт).

Региональные органы власти кроме наиболее крупных поддерживают и средние компании сферы услуг: 40% всей помощи приходится на предпринимательские структуры с численностью от 101 до 200 работников, и 40% – на компании с численностью свыше 200 чел. Микро и малые компании сферы услуг, получают поддержку лишь на муниципальном уровне.

Выводы, полученные по результатам таблицы 1.9, также подтверждаются и более ранними исследованиями автора (Приложение В Таблица 2).

С целью более подробного анализа характера, форм и эффективности господдержки респондентам были заданы дополнительные развернутые вопросы. Полученные результаты исследования позволяют сделать ряд важных выводов:

1) Наиболее востребованными формами организационной поддержки предпринимательских структур на любом уровне власти являются «содействие в оформлении и реализации инвестиционных проектов», а также «помощь в приобретении земельных участков и подключении к коммуникациям» (последняя форма более актуальна для компаний, занятых в сфере услуг).

2) На уровне регионов среди промышленных бизнес-структур чаще всего респонденты называли «содействие в контактах с федеральными органами власти» (практически каждая вторая компания из всех, кто получал организационную государственную поддержку). Относительно часто также представители промышленных бизнес-структур упоминали о содействии в контактах с предприятиями-партнерами, финансово-кредитными учреждениями и о содействии в поиске инвесторов.

3) При общей невысокой оценке уровня эффективности организационной господдержки (более 50% опрошенных компаний считают, что такая поддержка не оказывается вообще, а 20-25% полагают, что она малоэффективна) ее результаты в 2012 гг. оценены выше, чем в исследовании 2007 года. О среднем и высоком уровне эффективности организационной господдержки на региональном и муниципальном уровнях заявили 15,2% и 14,5% респондентов, соответственно.

4) Эффективность финансовой поддержки была оценена респондентами еще ниже: 10,5% опрошенных считают эффективной поддержку региональных органов власти, и лишь 7,7% считают эффективной муниципальную поддержку.

В свою очередь, степень участия бизнеса в социально-экономическом развитии территории присутствия позволяют оценить данные, представленные в таблице 1.10.

Рассматривая участие предпринимательских структур в социально-экономическом развитии территорий своего присутствия, можно выделить следующие заметные тенденции.

Таблица 1.10 – Участие бизнеса в социально-экономическом развитии территорий

	Не принимали участия, %	Оказывали территории помощь в размере:		
		до 1% от прибыли, %	от 1 до 5% от прибыли, %	более 5% от прибыли, %
В 2007 г., в т.ч.:	48,5	20,5	18,5	12,5
- в сфере промышленности	30,4	27,0	25,2	17,4
- в сфере услуг	72,9	11,8	9,4	5,9
В 2012 г., в т.ч.:	43,0	25,0	16,5	15,5
- в сфере промышленности	21,7	31,3	25,2	21,7
- в сфере услуг	71,8	16,5	4,7	7,1

Во-первых, в каждом из анализируемых периодов промышленные предпринимательские структуры более активно участвовали в социально-экономическом развитии территорий (в 2012 г. – 68,3%), по сравнению с представителями бизнеса, занятыми в сфере услуг (в 2012 г. – 28,2%).

Во-вторых, крупные предпринимательские структуры оказывают помощь территории присутствия несколько чаще, чем мелкие (доля малых бизнес-структур, не оказывавших помощь в развитии территории своего присутствия, на 10,5% выше, чем по выборке в среднем).

В-третьих, в число приоритетных направлений помощи муниципальным и региональным органам власти, как в промышленности, так и в сфере услуг, входят «помощь интернатам, больницам, школам, детским садам и прочим социальным учреждениям, не числящимся на балансе компании» (44% и 41% соответственно), а также «регулярная уборка, озеленение, облагораживание территории присутствия бизнес-структуры, ремонт и реконструкция объектов на ней» (46% и 34% соответственно). В сфере промышленности чаще всего оказывается помощь инвалидам, ветеранам и другим категориям граждан, имеющим определенную связь с компанией (42%). В сфере услуг, напротив, чаще оказывается помощь

ветеранам, инвалидам, детям-сиротам и другим категориям социально незащищенных граждан, не связанным с деятельностью самой предпринимательской структуры (32%).

Отвечая на вопрос о причинах участия бизнеса в социально-экономическом развитии территорий, респонденты чаще других отмечали вариант «это общепринятая практика, так делают другие предприниматели» (53% среди промышленных бизнес-структур и 47% среди компаний сферы услуг) (рисунок 1.10).

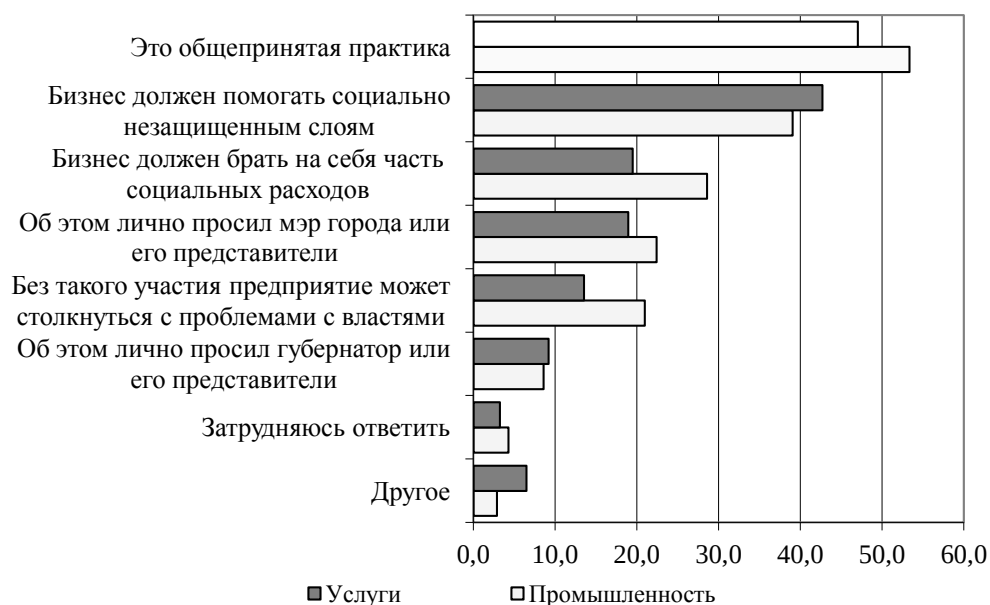


Рисунок 1.10 – Основные мотивы социальных расходов бизнеса в 2012 гг., %

Вторым по популярности ответом и в сфере промышленности, и в сфере услуг стал «бизнес обязан помогать социально незащищенным слоям и социальным учреждениям». Данный вариант ответа несколько чаще выбирали бизнес-структуры сферы услуг (43% против 39% в промышленности). Личные просьбы представителей органов власти (мэра, губернатора) в обеих сферах отмечали не более 25% респондентов. Подобные обращения чаще были адресованы руководителям крупных

компаний. Так, названный мотив социальных расходов был отмечен 37% крупных промышленных бизнес-структур. Возможное возникновение проблем со стороны органов власти в случае отказа от участия в социальных расходах назвали 21,0% промышленных компаний и 13,5% компаний сферы услуг. В среднем предпринимательские структуры тратят на социальное инвестирование до 4,5% своей прибыли. В промышленности эти расходы более велики для крупных компаний. В сфере услуг, напротив, эта нагрузка оказывается выше для мелких фирм. В сравнении с 2007 г., абсолютное большинство бизнес-структур в 2012 г. отмечали либо стабильность, либо рост расходов, направленных на социальное развитие территории присутствия (в основном – умеренный). Увеличение социальных расходов в промышленности в большей степени было характерно для средних фирм, в сфере услуг – для крупных компаний.

Для подтверждения факта существования «системы обменов» сопоставим данные о государственной поддержке предпринимательских структур и об их участии в социально-экономическом развитии территорий присутствия (таблица 1.11).

Таблица 1.11 – Сводная таблица социальных расходов бизнеса и полученной им господдержки в 2012 гг.

	Обследовано предприятий		Господдержка была оказана		Господдержка не была оказана	
	Количество	%	Количество	%	Количество	%
Не оказывали помощь властям	86	43,0	8	9,3	78	90,7
Оказывали в размере до 1% прибыли	50	25,0	12	24,0	38	76,0
Оказывали в размере от 1 до 5% прибыли	33	16,5	23	69,7	10	30,3
Оказывали в размере больше 5% прибыли	31	15,5	25	80,6	6	19,4
Всего	200	100,0	68	34,0	132	66,0

Как видно из таблицы 1.11, на долю 114 предприятий (57% опрошенных), которые оказывали какую-либо помощь в развитии

территорий присутствия, приходится 60 предприятий, получивших государственную поддержку (88,2% из всех поддержанных). С другой стороны, из 86 предприятий, не принимающих участия в финансировании социально-экономического развития территорий, государственную поддержку получают лишь 8 (9,3%), остальные 78 предприятий (90,7%) такой поддержки лишены (рисунок 1.11).



Рисунок 1.11 – Структура предприятий по факту осуществления социальных расходов в 2012 г., %

Рисунок 1.11 позволяет сделать вывод, что взаимодействие между бизнесом и властью в современной России все еще продолжает действовать по принципу «системы обменов», т.е. на вероятность получения и размер помощи от государства оказывает прямое влияние вклад бизнеса в социально-экономическое развитие территории. Расчеты, проведенные по аналогичным данным за 2007 г., также подтверждают сделанные автором выводы. Их результаты представлены в Приложении В.

Проведенный регрессионный анализ подтверждает существование «системы обменов» и на федеральном уровне среди крупнейших социально-ответственных предприятий России. На основе данных социальных отчетов о величине социальных инвестиций предприятий и оценке их финансовой

поддержки государством за период 2007-2012 гг. построим поле корреляции и сформулируем гипотезу о возможном направлении и форме связи названных факторов (рисунок 1.12).

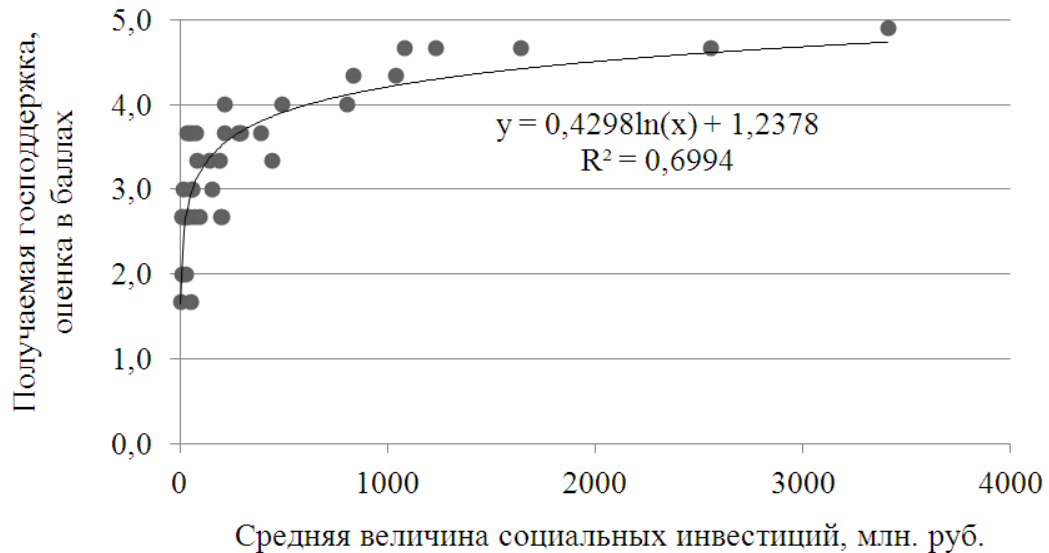


Рисунок 1.12 – Поле корреляции и линия тренда средней величины социальных инвестиций бизнес-структур и получаемой ими поддержки со стороны государства за период 2007-2012 гг.

На основе данных, представленных в таблице 1 Приложения Г, сформулируем рабочую гипотезу: факторы X (средняя величина социальных инвестиций предприятия) и Y (получение бизнесом государственной поддержки) находятся в определенной зависимости – чем выше средняя величина социальных инвестиций предприятия, тем выше вероятность помощи, и наоборот.

Из рисунка 1.12 можно сделать вывод о том, что зависимость между средней величиной социальных инвестиций предприятия и возможностью получения им государственной поддержки имеет линейно-логарифмическую форму. Для более точных выводов определим параметры a_1 и a_0 линейно-логарифмической функции $y_{\ln x} = a_0 + a_1 \ln x$. Для построения логарифмической функции предварительно выполним процедуру

линеаризации исходных переменных. С целью преобразования нелинейной функции $Y = a_0 + a_1 \ln x$ в линейную введем новую переменную $L = \ln x$, которая линейно связана с результатом. Это позволит для определения параметров модели $Y = a_0 + a_1 * L$ использовать традиционные расчетные приемы, основанные на значениях определителей второго порядка. Вспомогательная расчетная таблица представлена в Приложении Г (таблица 2). Обобщенные данные, необходимые для расчета определителей системы и теоретического уравнения регрессии, представлены в таблице 1.12.

Таблица 1.12 – Данные для расчета теоретического уравнения регрессии

	X	lnX	Y _{факт}	(lnX) ²	Y*lnX
Итого	16959	196,33	133,9	1067,50	701,86
Средняя	424	4,91	3,35	-	-
Среднее квадратическое отклонение, σ	715,5	1,632	0,839	-	-
Дисперсия, D	511893,6	2,664	0,704	-	-

Определитель системы находим по формуле:

$$\Delta = n * \Sigma(\ln X)^2 - \Sigma \ln X * \Sigma \ln X = 4155,9$$

Определителя свободного члена уравнения находим по формуле:

$$\Delta a_0 = \Sigma Y * \Sigma(\ln X)^2 - \Sigma(Y * \ln X) * \Sigma \ln X = 5144,3$$

Определитель коэффициента регрессии находим по формуле:

$$\Delta a_1 = n * \Sigma(Y * \ln X) - \Sigma Y * \Sigma \ln X = 1786,3$$

Расчет параметров уравнения регрессии дает следующие результаты:

$$a_0 = \Delta a_0 / \Delta = 1,238$$

$$a_1 = \Delta a_1 / \Delta = 0,430$$

Следовательно, получаем теоретическое уравнение регрессии следующего вида:

$$\hat{Y}_x = 1,238 + 0,43 \ln x$$

Далее оценим тесноту связи факторов X и Y с помощью показателей корреляции (r_{yx} и η_{ylnx}) и детерминации (r_{yx}^2 и η_{ylnx}^2).

Коэффициент парной корреляции равен:

$$\eta_{ylnx} = a_1 * (\sigma_{lnx} / \sigma_y) = 0,43 * (1,632 / 0,839) = 0,836$$

Коэффициент детерминации равен:

$$\eta_{ylnx}^2 = 0,836^2 = 0,699$$

Коэффициент корреляции показывает, что выявлена достаточно тесная взаимозависимость между средней величиной социальных инвестиций предприятия и возможностью получения им государственной поддержки. При этом величина коэффициента положительна, что свидетельствует о прямой связи между изучаемыми явлениями.

Коэффициент детерминации равный 0,699 показывает, что вариация возможности получения предприятием государственной поддержки на 69,9% предопределена вариацией средней величины социальных инвестиций; роль прочих факторов, влияющих на возможность получения господдержки, определяется в 30,1%, что является сравнительно небольшой величиной.

Для оценки статистической надежности уравнения регрессии рассчитаем фактическое значение F -критерия Фишера для уровня значимости $\alpha = 0,05$ и сравним его с табличным значением:

$$F_{\text{факт}} = \frac{\eta_{yx}^2}{1 - \eta_{yx}^2} / \frac{k - 1}{n - k} = \frac{0,699}{1 - 0,699} / \frac{2 - 1}{40 - 2} = 88,4$$

Фактическое значение F -критерия полученной модели показывает, что факторная вариация результата почти в 89 раз превышает остаточную вариацию, формирующуюся под влиянием случайных причин, не рассматриваемых в модели. Очевидно, что подобное различие не может быть случайным, а является результатом систематического взаимодействия средней величины социальных инвестиций предприятия и возможностью получения им государственной поддержки.

С целью получения обоснованного вывода сравним полученный результат F -критерия с его табличным значением. При степенях свободы

$df_1 = k - 1 = 1$ и $df_2 = n - k = 40 - 2 = 38$ и уровне значимости $\alpha = 0,05$ $F_{\text{табл}} = 4,09$. В силу того, что $F_{\text{факт}} > F_{\text{табл}}$ гипотезу о статистической незначимости зависимости господдержки предприятий от средней величины их социальных инвестиций можно отклонить с фактической вероятностью допустить ошибку меньшую, чем принятые 5%. Полученный вывод в полной мере доказывает существование «системы обменов» в современной российской экономике.

Как показали проведенные исследования, наиболее активно вовлечены в «систему обменов» бизнес-структуры, участвующие в отраслевых и общенациональных «головных» ассоциациях. Этот факт можно объяснить большой переговорной силой подобных ассоциаций.

На основе проведенного исследования можно сделать вывод о существовании трех относительно обособленных зон взаимодействия властных и предпринимательских структур: «белой» (формальной), «серой» (полулегитимной) и «черной» (нелегитимной).

«Белая» зона представляет собой легальную сферу взаимодействия органов власти и бизнес-структур, где реализуются формализованные межсекторные связи, затрагивающие законодательное регулирование налоговых отношений, экономические и административные инструменты координирования предпринимательской деятельности (например, регистрация юридического лица, лицензирование или субсидирование отдельных видов деятельности, контроль за исполнением установленных правовых норм и др.), проведение тендеров, конкурсов за право пользования уникальными ресурсами, за распределение грантов, выполнение государственных заказов и т.п.

«Черная» и «серая» зоны объединяют нелегальные сферы взаимодействия властных и предпринимательских структур. При этом «черная» зона включает довольно широкий перечень неформальных криминальных практик, ведущее место среди которых занимает коррупция. «Серая» зона охватывает полулегитимные практики «поборов» с бизнес-

структур, не связанные напрямую с коррупцией, а также практики неформальных торгов бизнеса с органами власти, касающихся условий функционирования конкретной предпринимательской структуры.

В основе формальных отношений власти и бизнеса, реализующихся в «белой» зоне лежат единые для всех предпринимателей правила игры, устанавливаемые государством, и являющиеся обязательными для выполнения всеми хозяйствующими субъектами. Полулегитимная (серая) и нелегитимная (черная) зоны, наоборот, способствуют созданию и развитию преференциального (особого) режима для функционирования отдельных бизнес-структур, а также избирательного применения со стороны государства штрафных санкций в случае нарушения ими формальных норм. Ключевая разница между «черной» и «серой» зонами взаимодействия состоит в преследуемых целях и используемых для создания подобных преференциальных режимов инструментов. В отношениях «черной» зоны преобладает индивидуальная корыстная заинтересованность конкретного чиновника, а инструментом реализации интересов предпринимательской структуры является взяточничество или вовлечение чиновника в бизнес. В отношениях «серой» зоны присутствует заинтересованность обеих сторон в развитии региона, при этом главными инструментами реализации интересов бизнес-структур становятся добровольные или добровольно-принудительные взносы (как в денежной, так и в натуральной форме) в дофинансирование территории их присутствия.

Практики коррупционного взаимодействия властных и предпринимательских структур имеют общие характерные черты в национальных экономиках различных стран, в то время как практики «серой» зоны в российских условиях хозяйствования специфичны, что во многом вызвано несовершенством действующей системы межбюджетных отношений, вынуждающей органы местного самоуправления самостоятельно искать пути разрешения социально-экономических проблем своих территорий. Формирование «серой» зоны отношений власти и бизнеса в

русской практике предопределяется также историческими особенностями развития России, так как четко прослеживается преемственность горизонтальных и вертикальных торгов, действовавших еще в советской экономической системе. Отечественные производители XX века были вынуждены вступать в неформальные связи с поставщиками ресурсов, с целью выполнения установленных правительством планов. Помимо этого, советские предприятия несли возложенную на них органами власти ответственность за развитие территорий своего присутствия, осуществляя их благоустройство, создавая и поддерживая социальную инфраструктуру, оказывая разнообразную шефскую помощь.

В современных условиях наблюдается устойчивая тенденция к разрастанию «серой» зоны, связанная, в первую очередь с преобразованиями в межбюджетной сфере. С одной стороны, на регионы и муниципалитеты ежегодно перекладываются все новые расходы, а, с другой стороны, происходит существенное сокращение налоговых поступлений в региональные и местные бюджеты. В подобных условиях социально-экономическое развитие территорий становится зависимым от масштабов добровольно-принудительных потоков финансовых ресурсов со стороны предпринимательских структур, формирующихся как результат торгов между властью и бизнесом. Властные структуры перекладывают на бизнес значительную часть социальных расходов, выходящую за рамки установленных законом налоговых отчислений, а предпринимательские структуры, рассчитывая на дополнительные выгоды от благоприятных отношений с властью, добровольно несут соответствующие расходы. В итоге все это формирует, поддерживает и расширяет «серую» зону взаимодействия властных и предпринимательских структур в современной России.

Помимо названных выше обстоятельств, разрастанию «серой зоны», на наш взгляд, способствует и некоторое сокращение отношений, ранее реализовавшихся в «черной» зоне взаимодействия власти и бизнеса. Об этом свидетельствует динамика индекса восприятия коррупции – ежегодного

рейтинга государств мира, составляемого компанией «Transparency International» с 1995 года и отражающего оценку уровня коррупции в государственном секторе аналитиками и предпринимателями по десятибалльной (с 2012 г. – по стобалльной) шкале (рисунок 1.13).

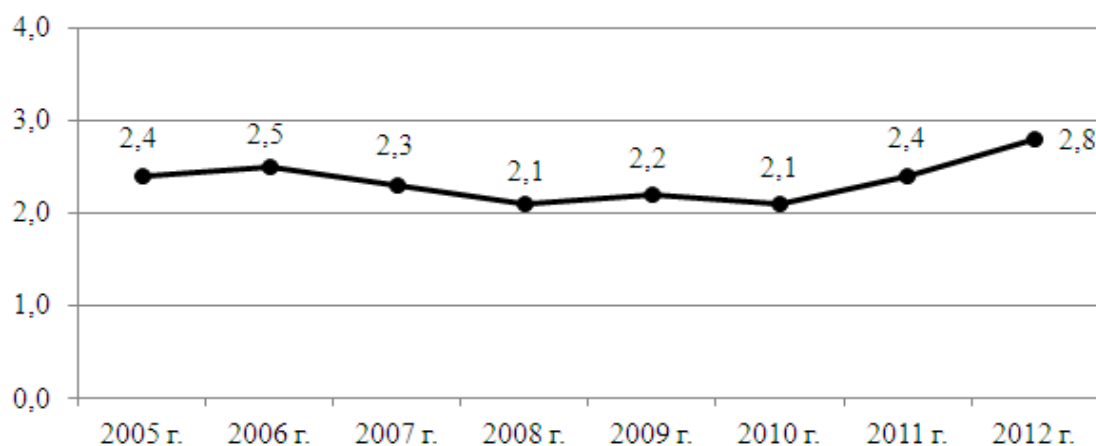


Рисунок 1.13 – Динамика индекса восприятия коррупции в России в 2005-2012 гг., баллов из десяти⁵

Анализируемый индекс представляет собой оценку от 0 (максимальный уровень коррупции) до 10 (отсутствие коррупции). Как видно из рисунка 1.13, на протяжении рассматриваемого периода 2005-2012 гг. индекс восприятия коррупции в России находится на достаточно низком уровне (не превышает 3 баллов из 10), что доказывает существование большого числа неформальных отношений между государственными структурами и предпринимателями, сводящихся к вытягиванию из бизнеса средств для финансовой поддержки территорий.

Однако в последние годы индекс восприятия коррупции в России растет (с 2,1 баллов в 2008 г. до 2,8 – в 2012 г.). Это происходит вследствие активизации антикоррупционной политики государства и свидетельствует о том, что часть взаимоотношений власти и бизнеса покидает «черную» зону, перемещаясь чаще всего в «серую» и редко – «в белую» зону. Финансовые вложения предпринимательских структур в построение «хороших

⁵ Составлено автором по данным Transparency International (<http://cpi.transparency.org>)

отношений» с властью в формах взяточничества и добровольно-принудительной помощи на развитие территории зачастую опосредуют и дополняют друг друга. Подобного рода помощь вуалирует коррупцию, обеспечивая для ее развития более комфортную среду, и отчасти является оправданием, как для действий чиновников, так и предпринимателей, идущих на сговор.

Растущая полулегитимная зона все активнее интегрирует отношения легитимной и нелегитимной зон. Установленные законами правила ведения хозяйственной деятельности превращаются в инструмент давления на бизнес-структуры, с целью принуждения их к дополнительным расходам на развитие территорий присутствия, к оказанию «спонсорской помощи», к уплате «квазиналоговых» сборов, представляющих собой дополнительные, сверх установленных законом, платежи в бюджет или другие специальные фонды. «Спонсорская помощь» в отличие от «квазиналоговых» сборов, может осуществляться в натуральной форме, носит целевой характер и предполагает участие предпринимательских структур в финансировании различных государственных проектов и программ, например, социальных, по благоустройству территорий и других.

В связи с разрастанием «серой» зоны взаимодействия властных и предпринимательских структур на практике крайне затруднены декларируемые правительством процессы дебюрократизации, при этом сохраняется реальная возможность дифференциации органами власти административных барьеров для бизнеса, которые образуют еще один рычаг давления на бизнес-структуры.

Таким образом, в современной российской модели взаимодействия властных и предпринимательских структур ключевую роль играют нормы и практики «серой» зоны. При этом взаимоотношения власти и бизнеса характеризуются следующими особенностями:

- взаимопроникновением и взаимообусловленностью формальных и неформальных норм и правил взаимодействия, при ведущей роли последних;

- нелегальным, но, как правило, прямо не нарушающим действующего законодательства, характером неформальных практик;

- наличием ряда факторов, которые усложняют процесс взаимодействия властных и предпринимательских структур (таких как отсутствие (недостаточность) информации о социальной политике компаний, снижающее доверие к бизнесу, почти полное отсутствие льгот при осуществлении благотворительной деятельности и др.);

- использованием нелегальных практик властными структурами с целью реализации своих общественных функций. При этом целевые функции деятельности органов власти заметно модифицируются по сравнению с первоначально заданной ролью гаранта «правил игры» и производителя общественных благ.

Следует отметить, что одно лишь совершенствование нормативно-правовой базы не способно сократить объем «серой» зоны и снизить ее интегрирующую роль в сложившейся на практике заведомо неэффективной модели взаимодействия властных и предпринимательских структур. Принятие на федеральном уровне ряда законов о дебюрократизации и антикоррупционной деятельности способно лишь несколько ограничить набор инструментов, используемых властью и бизнесом в процессе «системы обменов», но не в состоянии полностью ликвидировать преобладание неформальных практик над формальными. Нивелирование отрицательных последствий, порождаемых «системой обменов» в современной России, на взгляд автора, возможно только на основе построения эффективной модели взаимодействия властных и предпринимательских структур, базирующейся на конструктивном диалоге власти и бизнеса и высоком уровне ответственности обеих сторон за принятие социально значимых решений.

ГЛАВА 2

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

2.1 Сущность и функции корпоративной социальной ответственности как многоуровневой экономической категории

Деятельность компании только тогда является деятельностью, когда она определенным образом организована. Организация деятельности – это ее упорядочение по функциональному содержанию, распределению в пространстве и времени, ориентации на достижение определенных результатов и целей. Любая предпринимательская структура функционирует в обществе и осуществляет свою деятельность с учетом интересов других хозяйствующих субъектов (потребителей, поставщиков, конкурентов и др.). Этот учет проявляется в понимании собственных интересов и ценностей, а также в понимании интересов и ценностей других, что проявляется в одном из важнейших факторов организации – ответственности.

Ответственность, как и многие другие категории, можно определить различным образом, акцентируя внимание на те или иные факторы ее проявления и роли в деятельности человека и общества. Сущность ответственности проявляется в том, что она представляет собой понимание, осознание и учет последствий деятельности хозяйствующих субъектов по критериям ее необходимости и эффективности, возможности порицания или поощрения. При этом существует мера порицания за невыполнение или плохое выполнение работы и поощрение за хорошее ее выполнение. Эта мера

может быть результатом внутренней или внешней оценки характера и результата деятельности, проявляться либо в собственной неудовлетворенности субъекта работой, либо в отрицательном отношении к ней со стороны других хозяйствующих субъектов. Поэтому ответственность можно рассматривать как один из мотивационных факторов деятельности и как один из возможных ее ограничителей. Ощущение ответственности влияет на выбор методов и учета различных факторов осуществления деятельности, ее вида и на стремление к определенному результату.

Ответственность – это организационное положение, обеспечивающее дисциплинированность и максимально эффективное отношение хозяйствующего субъекта (человека, компании, государства) к его обязанностям. Именно поэтому ответственность является средством управления, одним из рычагов воздействия на деятельность конкретных экономических субъектов и общество в целом. Устанавливая определенные меры и виды ответственности, ее контролирования, управляющее лицо воздействует на субъектов управления, ограничивая их общими интересами, ценностями и необходимостью учета существующих условий (рисунок 2.1).



Рисунок 2.1 – Содержание понятия «ответственность»

Ответственность пронизывает все ступени в иерархии системы управления. Она характеризует деятельность каждого члена коллектива, в том числе и деятельность самого управленца. В организационном отношении ответственность связана с функциями и полномочиями, объемные характеристики которых в значительной мере определяют реализацию ответственности. Ответственность сопровождает каждое управленческое решение и определенным образом характеризует его качество, статус и роль в процессах управления. Ответственность – фундамент деловой дисциплины и элемент культуры любой организации.

В настоящее время российский бизнес находится в начале своего становления и развития. Его дальнейшее укрепление и рост эффективности во многом будет определяться тем, насколько своевременно и в полной мере предпринимательские структуры воспримут основные принципы корпоративной социальной ответственности. Лишь социально ответственные компании смогут создавать и поддерживать достойные условия труда для своих работников, а также стать движущей силой положительных перемен в социально значимых сферах российского общества.

Концепция социальной ответственности бизнеса в ее современном понимании зародилась на Западе. Первоначальное ее появление в США связано с деятельностью таких предпринимателей как Э. Карнеги, Д. Рокфеллер, Р. Вуд. Например, Э. Карнеги, являясь крупным производителем стали и принимая активное участие в финансировании социальных программ, в 1900 г. опубликовал работу под названием «Евангелие богатства» [283], где обосновал доктрину благотворительности, суть которой сводилась к необходимости направлять часть получаемой предпринимателями прибыли на нужды общества. В свою очередь, Р. Вуд, возглавляя крупную американскую компанию «Сирс», рассматривал возможные пути разрешения социальных проблем с позиций управляющего, в результате чего пришел к выводу о существовании взаимного влияния бизнеса и общества (1936 г.). На основе своих наблюдений, Р. Вуд одним из

первых выделил группы организаций и индивидов, влияющих на работу компании и/или испытывающих на себе влияние ее деятельности, получивших в дальнейшем название «стейкхолдеры» (заинтересованные стороны).

Дальнейшее свое развитие концепция корпоративной социальной ответственности получила в США в 40-50-х гг. XX века, что было обусловлено ростом участия предпринимательских структур в разрешении социально-экономических проблем послевоенных лет. В 1953 г. был опубликован один из заметных трудов на рассматриваемую тему под названием «Социальная ответственность бизнесмена», автором которого стал Х. Боуэн [278]. В названной работе автор перенес концепцию социальной ответственности на бизнес, который, осознавая наличие более широких социальных целей, принимая необходимые деловые решения, способен приносить не только экономические, но и социальные выгоды всему обществу. В последующие годы в США сложились два альтернативных подхода к развитию социальной ответственности предпринимательских структур: с одной стороны, преобладали аргументы в пользу данной концепции, а, с другой стороны, выдвигались и обосновывались доводы против нее.

В конце XX века концепция социальной ответственности бизнеса значительно расширилась, и ее различные интерпретации можно условно свести к трем теориям:

1. Теория корпоративного эгоизма (авторы М. Фридман, Д. Хендерсон), согласно которой существует лишь одно направление социальной ответственности предпринимательских структур – эффективное использование ограниченных ресурсов с целью максимизации прибыли, действуя при этом в рамках правового поля. Такой подход сводится к ответственности бизнеса исключительно перед своими собственниками.

2. Теория корпоративного альтруизма (разработана Комитетом по экономическому развитию США), в рамках которой, социальная

ответственность рассматривается широко, а представители бизнеса обязаны существенно воздействовать на повышение уровня благосостояния населения путем ее наиболее полной реализации.

3. Теория «разумного эгоизма», представляющая собой некий синтез первой и второй теорий. В соответствии с таким подходом КСО сводится к успешному ведению бизнеса, что сокращает потери прибыли в будущем. Расходуя средства на финансирование социальных и филантропических программ, предприниматели неизбежно сокращают величину текущей прибыли, однако подобные действия способствуют формированию благоприятного социального бизнес-пространства, что в свою очередь ведет к получению устойчивых прибылей в долгосрочной перспективе.

Другие трактовки корпоративной социальной ответственности в той или иной степени близки к одной из трех вышеперечисленных теорий.

Современное определение корпоративной социальной ответственности появилось благодаря транснациональным компаниям, которые на всемирном саммите 1992 г., проходившем в Рио-де-Жанейро, предложили программу саморегулирования при решении социальных проблем. По их мнению, корпорации должны осуществлять свою деятельность с учетом интересов различных заинтересованных сторон (стейкхолдеров) для достижения экономических, социальных и природоохранных целей.

Активное развитие концепции корпоративной социальной ответственности (КСО) в начале XXI века обусловлено рядом различных причин. Во-первых, достаточно высокий уровень социально-экономического развития ведущих мировых держав создает объективные предпосылки для повышения качества жизни населения. Во-вторых, все больше усиливается роль нематериальных факторов экономического роста, напрямую определяемых величиной инвестиций в «человеческий капитал», что создает предпосылки для инновационного роста, основанного на интеллектуальных способностях и творчестве работников. В-третьих, немаловажная причина повышенного внимания к расширению социальных функций

предпринимательских структур заключается в пересмотре традиционной концепции социальной политики с целью увеличения числа ее субъектов и существенного сокращения участия государства в решении современных социально-экономических проблем.

Несмотря на значимость и актуальность концепции социальной ответственности предпринимательских структур, ни в России, ни в других странах мира, до настоящего времени не выработано ее однозначной трактовки. Так, в Западных странах термин «корпоративная социальная ответственность» зачастую рассматривается как один из основных элементов устойчивости общественного развития. К примеру, Европейская Комиссия определяет КСО как концепцию, суть которой сводится к добровольному решению бизнес-структур принимать участие в улучшении качества жизни общества и в защите окружающей среды [319]. Следовательно, в промышленно развитых странах социальная ответственность трактуется как попытка бизнеса разрешить имеющиеся социальные проблемы, вызванные деятельностью корпораций, и иницируется непосредственно обществом, отдельными людьми.

Российские подходы к определению термина КСО имеют свою специфику. При этом социальная ответственность бизнеса трактуется по-разному: либо крайне узко, либо – широко. В узком смысле под корпоративной социальной ответственностью подразумевается обязанность предпринимательских структур эффективно осуществлять функцию создания добавленной стоимости, честно и в полном объеме выполнять взятые на себя экономические, социальные и экологические обязательства, согласно установленным законам и принятым в обществе этическим нормам и правилам.

В широком смысле корпоративную социальную ответственность рассматривают как добровольное участие предпринимательских структур в развитии социальной, экономической и экологической сфер общества, зачастую не связанное с основной деятельностью компании и выходящее за

рамки определенного законом минимума и этических норм, принятых в обществе. В таком контексте социальная ответственность является разновидностью юридической, однако в отличие от нее подразумевает определенный уровень добровольного отклика на социальные проблемы со стороны предпринимательских структур. Это ответственность бизнеса перед своими партнерами, работниками компании, перед местным сообществом и населением страны в целом [109].

На наш взгляд, корпоративную социальную ответственность следует определить как сложную, многоаспектную категорию, тесно связанную с институциональной средой, в которой осуществляют свою деятельность отдельные бизнес-структуры; заинтересованные стороны, испытывающие на себе влияние бизнеса и/или влияющие на его работу (стейкхолдеры); и общество в целом. При этом социальная ответственность бизнеса выступает как условие комплементарности институтов и фактор институционального равновесия в социальной сфере (рисунок 2.2).



Рисунок 2.2 – КСО как фактор институционального равновесия
в общественной сфере

Сущность корпоративной социальной ответственности проявляется в тех функциях, которые она выполняет в экономике. На наш взгляд, основными функциями КСО являются следующие:

1) Организационно-хозяйственная функция – направлена на повышение качества, безопасности и конкурентоспособности производимых товаров и услуг, как на внутренних, так и на внешних рынках.

2) Воспроизводственная функция – направлена на обеспечение расширенного воспроизводства, уделяя особое внимание развитию человеческого капитала, созданию комфортных и безопасных условий труда, а также формированию здорового образа жизни.

3) Комплементарная функция – направлена на выработку бизнесом совместных с государством стратегий, развитие государственно-частного партнерства в решении социо-эколого-экономических задач, формирование солидарной ответственности государства и бизнеса перед обществом.

4) Нормативно-этическая – заключается не только в соблюдении действующего законодательства, но и в расширении этических норм, правил и принципов за его пределы.

5) Перераспределительная функция – состоит в перераспределении национального дохода в пользу социально незащищенных слоев населения, а также на развитие социальной инфраструктуры.

6) Защитная функция – заключается в поддержании экологического баланса территорий присутствия бизнеса, сохранении и восстановлении национального культурного наследия.

На основе изложенного подхода можно сделать вывод, что корпоративная социальная ответственность представляет собой совокупность институциональных, политических, финансовых, социально-экономических и прочих отношений, складывающихся в результате взаимодействия государства, бизнеса и общества в процессе формирования и реализации социальной политики.

Сформулированное определение и сущностное содержание КСО

позволяют сделать вывод, что социальная ответственность бизнеса имеет многоуровневый характер. При этом можно выделить три основных уровня корпоративной социальной ответственности.

1. Базовый – предполагает минимальный набор характеристик социально ответственного поведения предпринимателей: производство качественной продукции, своевременную выплату заработной платы, уплату налогов в установленные сроки и в полном объеме, соблюдение законодательства, бережное отношение к окружающей среде, исполнение требований по охране труда и технике безопасности на производстве и т.д.

2. Расширенный – предусматривает развитие партнерских отношений внутри предпринимательских структур на основе переговорного процесса, и непосредственно связан с учетом разнонаправленных социально-экономических интересов всего коллектива компании. К перечисленным выше базовым обязательствам социально ответственного поведения бизнеса на втором уровне добавляются предоставление работникам полного социального пакета, а также дополнительных социальных гарантий.

3. Комплексный – включает участие предпринимательских структур в финансировании социальных проектов и программ, сфера действия которых выходит за рамки деятельности компании. Объектом социальной ответственности на третьем уровне выступают не только работники, но и лица, напрямую не связанные с деятельностью компании, но имеющие определенное отношение к территории ее присутствия. Сюда относятся социально ответственные действия бизнеса, преследующие цель формирования и развития благоприятных социально-экономических условий его функционирования, а также участие предпринимательских структур в муниципальных, региональных, национальных и межгосударственных проектах и программах.

Свойство многоуровневости концепции КСО впервые было описано в конце XX века. Во второй половине 1970-х годов американский исследователь А. Кэрролл рассматривал социальную ответственность

бизнеса как «соответствие экономическим, правовым, этическим и дискреционным ожиданиям, предъявляемым обществом организации в данный момент времени» [280, р. 500]. Таким образом, А. Кэрролл выявил и охарактеризовал следующие уровни корпоративной социальной ответственности: экономический, правовой, этический и дискреционный. Дискреционную ответственность А. Кэрролл соотнес со сферой, в которой общество еще не сформировало каких-либо ясных ожиданий от бизнеса, что позволяет предпринимателям самостоятельно принимать решения по поводу участия в тех или иных социальных программах или проектах.

В 1991 году А. Кэрролл представил многоуровневость КСО в виде пирамиды [281], в основании которой находится экономическая ответственность, затем лежит правовая и этическая, а в вершине располагается филантропическая ответственность (рисунок 2.3).



Рисунок 2.3 – Пирамида КСО (по А. Кэрроллу)

Лежащая в основании пирамиды Экономическая ответственность связана с пристойным выполнением бизнес-структурами своей базовой функции по производству товаров и услуг, удовлетворяющих общественные потребности, и извлечению прибыли. Правовая ответственность отражает законопослушание бизнеса и согласованность его деятельности с

ожиданиями общества, установленными в правовых нормах государства. Этическая ответственность предписывает предпринимательским структурам соответствие не только общественным ожиданиям, зафиксированным в правовых нормах, но и основанным на этике и моральных ценностях. Наконец, филантропическая ответственность побуждает бизнес к действиям, направленным на повышение благосостояния общества посредством его добровольного участия в реализации социально значимых проектов и программ [173].

В конце XX века пирамида А. Кэрролла завоевала огромную популярность среди исследователей проблематики КСО, получив широкое распространение как в теоретических, так и в практических разработках, а также в учебной литературе при рассмотрении социальных проблем менеджмента. При этом данная модель не лишена ряда недостатков. Основными среди них, на наш взгляд, являются:

1. В основе пирамиды, на наш взгляд, должна лежать не экономическая, а правовая ответственность, поскольку бизнес, как и любой гражданин, в первую очередь должен выполнять принятые нормы и законы, т.е. работать в правовом поле данной страны.

2. Так как экологическая проблема является одной из важнейших глобальных проблем современности, представляется целесообразным дополнить пирамиду уровнем экологической ответственности.

3. В вершине пирамиды А. Кэрролла находится филантропическая ответственность. Со стороны государства привлечение бизнеса на данный уровень социальной ответственности, как правило, поддерживается системой мотивационных мер. На наш взгляд, в вершине пирамиды КСО должна лежать стратегическая филантропия, которая предполагает добровольное создание материальных и культурных ценностей, не только для настоящих, но и будущих поколений (открытие галереи, создание музея, национальной библиотеки и пр.). Осуществляемые в данном случае инвестиции являются фокусированными, имеют долгосрочный (вековой) характер и не требуют

каких-либо мотивационных мер со стороны государства, так как мотивацией является желание предпринимателя вписать свое имя в историю страны.

4. Дискретность уровней пирамиды. А. Кэрролл подчеркивает относительную важность различных уровней КСО, рассматривая их изолированно друг от друга. Однако на практике наблюдаются сложные взаимодействия, наложения и пересечения различных уровней ответственности, что порождает необходимость их системного исследования.

Таким образом, авторская модель пирамиды корпоративной социальной ответственности имеет следующий вид (рисунок 2.4):



Рисунок 2.4 – Авторская модель пирамиды КСО

Отдельные авторы выделяют альтернативные подходы к определению уровней социальной ответственности предпринимательских структур. Например [187]:

1. Микроуровень – включает ответственность бизнеса за результаты своей деятельности перед акционерами, работниками, потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами.

2. Мезоуровень – подразумевает ответственность бизнес-структур перед местным сообществом территории своего присутствия.

3. Макроуровень – предполагает всестороннюю ответственность предпринимателей перед государством.

4. Мегауровень – рассматривает социальную ответственность бизнес-структур перед мировым сообществом.

Согласно другой классификации выделяют следующие уровни КСО [76]:

1. Базовый (обязательный) уровень – предполагает полную и своевременную оплату труда работников, соблюдение законов, уплату налогов в положенные сроки и в полном объеме, бережное отношение к природным ресурсам, этичное взаимодействие предпринимательских структур со всеми партнерами, потребителями и государством.

2. Уровень благотворительности – подразумевает традиционную (адресную) благотворительность, которая с развитием социальной ответственности бизнес-структуры перерастает в стратегическую, предусматривающую спонсорство и финансирование долгосрочных программ.

3. Уровень ответственности перед персоналом – предусматривает добровольное предоставление расширенного социального пакета персоналу компании, финансирование внутрикорпоративных программ по медицинскому обслуживанию работников, организацию их питания и отдыха, обеспечение работников жильем, формирование собственной пенсионной системы и т.д.

4. Уровень социальных инвестиций – включает целенаправленную долгосрочную социо-эколого-экономическую политику бизнес-структуры, осуществляемую на территории своего присутствия, и подразумевающую объединение частных и государственных ресурсов, приносящее взаимные выгоды всем участникам партнерства, с целью разрешения важнейших социально-экономических проблем региона.

5. Уровень венчурной филантропии – представляет нестандартную благотворительность, которая возникла в результате внедрения принципов венчурного предпринимательства в филантропическую деятельность предпринимательских структур. Важнейшей ценностью венчурной

филантропии является творческий инновационный подход к решению общественных задач, основанный на долгосрочном финансировании и стратегическом партнерстве.

Как видно из представленных классификаций, каждый подход к определению уровней корпоративной социальной ответственности не противоречит взглядам других исследователей, а уточняет, дополняет и конкретизирует существующие виды ответственности предпринимательских структур. Только комплексное их внедрение в практическую деятельность компаний позволит современному российскому бизнесу стать главной движущей силой позитивных перемен в социально значимых сферах общества.

По мнению многих исследователей, высшей формой социальной ответственности бизнеса, является его включение в систему социального партнерства, в результате которого происходит пересмотр сфер ответственности бизнеса, власти и общества в решении общественно-значимых проблем, искоренение социального иждивенчества, создание механизмов общественного контроля над выполнением государством своих социальных обязательств. [66, 55] На наш взгляд, социальное партнерство является лишь промежуточной стадией эволюции корпоративной социальной ответственности, успешная реализация которой на практике способствует формированию и развитию корпоративного гражданства, рассматривающего поведение современных корпораций аналогично поведению отдельных граждан, реализующих свою ответственность перед обществом. Кроме того, корпоративное гражданство предполагает ответственность компаний за происходящее в стране и взаимную ответственность государства перед бизнесом и обществом.

Обобщая вышеизложенный материал, можно сделать вывод, что в настоящее время социальная активность предприятий выходит за рамки «благотворительности», становится частью бизнес-активности и осуществляется совместными усилиями всех подразделений компаний. Социальные инвестиции являются ядром, вокруг которого формируются

образ и репутация современного бизнеса. Расширение сферы ответственности компаний так же неизбежно, как и расширение сферы влияния. С одной стороны, бизнес действует под давлением государства и общества, а с другой – приобретает все более реальную возможность активно влиять на социально-экономическое окружение в своих целях. Следовательно, можно говорить о формировании новой парадигмы корпоративной социальной ответственности (рисунок 2.5), основными элементами которой являются:



Рисунок 2.5 – Эволюционное развитие корпоративной социальной ответственности

1. Социальное инвестирование, расширяющее сферу реализации корпоративной социальной ответственности и способствующее решению актуальных национальных проблем в сфере занятости, образования, жилья, безопасности, охраны окружающей среды, борьбы с бедностью и т.д., посредством перехода от традиционной благотворительности к долгосрочным фокусированным социальным инвестициям, как на уровне страны в целом, так и на уровне ее отдельных регионов.

2. Социальное партнерство, обеспечивающее конструктивный диалог власти, бизнеса и населения, в результате чего происходит перераспределение сфер ответственности властных и предпринимательских структур за решение общественно-значимых проблем.

3. Корпоративное гражданство, предусматривающее взаимную ответственность предпринимательских и властных структур в гражданском обществе, а также согласование интересов компании и ее основных стейкхолдеров не только в экономической, но и в социальной, экологической, политической и других сферах.

Таким образом, формирование и развитие взаимовыгодных механизмов социального инвестирования, социального партнерства и корпоративного гражданства должно стать важным элементом долгосрочной стратегии конструктивного взаимодействия государственных и предпринимательских структур в современной России.

2.2 Эволюция социальной ответственности бизнеса в современной России

В настоящее время тема корпоративной социальной ответственности все чаще обсуждается не только в научном, но и деловом российском сообществе. Теория социальной ответственности уже достаточно хорошо

известна российскому бизнесу, и во многих компаниях ее все чаще применяют на практике, внедряя в свою деятельность различные принципы социально ответственного поведения. Следует отметить, что зачастую российские предприниматели используют данные принципы исключительно в своих личных интересах, а не в интересах общества. Однако имеется уже немало компаний, которые осознали эффективность системного социально ответственного поведения. Наиболее крупные из них расходуют на социальные цели до 17% прибыли. [7]

Практика становления и развития корпоративной социальной ответственности в России имеет свою специфику, обусловленную многоукладностью российской экономики. Россия – это многонациональное государство с собственной неповторимой историей развития, самобытной культурой, огромным духовным наследием и передающимся из поколения в поколение жизненным опытом. Российское общество имеет собственное представление о социальном обустройстве государства, отличное от западного подхода и ориентированное на человека с русским менталитетом. Кроме этого, особенности проявления корпоративной социальной ответственности в российских условиях связаны с отражением различных, часто несогласованных взглядов власти, бизнеса и населения на функционирование общественного устройства. В результате возникает временная неопределенность в распределении ролей и сфер ответственности между государством, бизнесом и обществом, что в свою очередь порождает несогласованность действий при решении задач социально-экономического развития страны.

Ретроспективный анализ становления и развития корпоративной социальной ответственности в российской экономике позволяет выделить следующие этапы ее эволюции (рисунок 2.6).

Как видно из рисунка 2.6, развитие корпоративной социальной ответственности в России насчитывает следующие этапы:

Этап 1. Дореволюционный период (XIII в. – начало XX в.). Формы проявления социальной ответственности – благотворительность, меценатство.

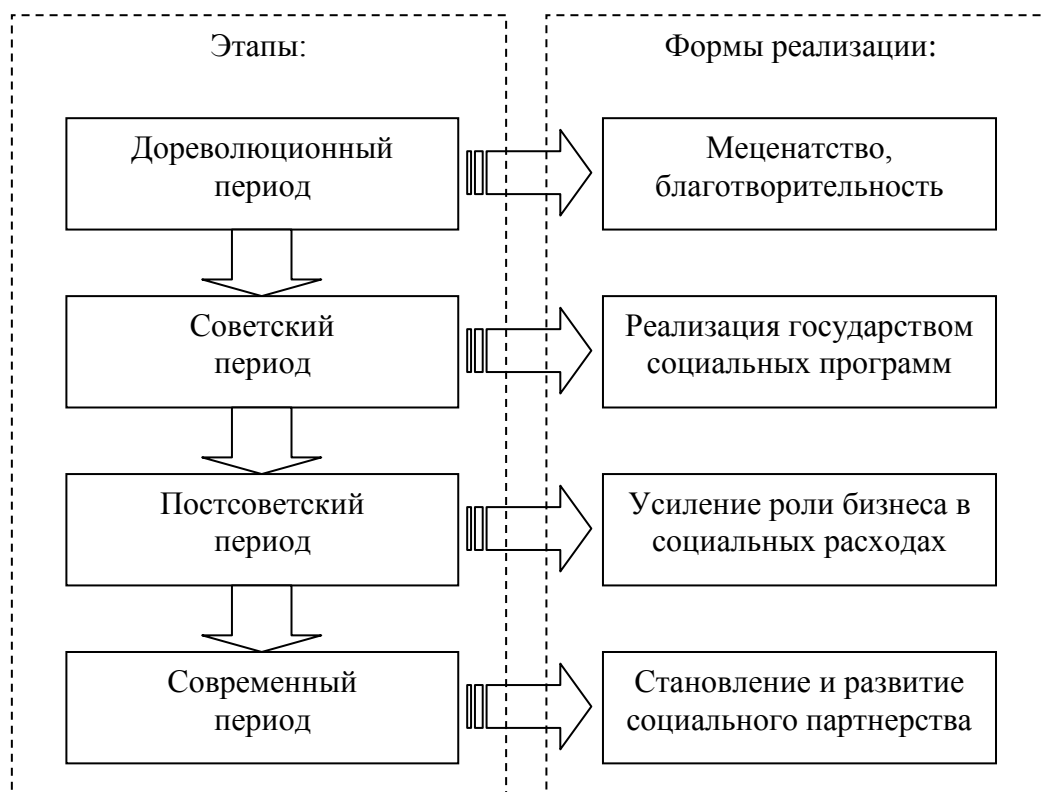


Рисунок 2.6 – Эволюция КСО в России

Мысль об ответственности богатства, в основе которой лежала идея общественного служения, была издавна распространена в отечественной предпринимательской среде. Принадлежность к российской предпринимательской элите того времени определялась не только экономическим весом и размерами состояний той или иной династии, но и ее общественным престижем и авторитетом, чего невозможно было достичь без активной благотворительной и меценатской деятельности.

Этап 2. Советский период (начало XX в. – 70-е гг. XX в.). Формы проявления социальной ответственности – реализация государством социальных программ, направленных на обеспечение рабочих и служащих набором социальных льгот и выплат. Все советские хозяйствующие субъекты были «гипер социально ответственными». Они отвечали за ЖКХ и больницы,

за школы и тепло-энергоснабжение, за культуру и художественную самодеятельность, за детские сады и футбольные команды, шефствовали над армией и селом. Они разрабатывали перспективные планы социально-экономического развития (ПСЭР) предприятия и региона. Существовали системы показателей социально-экономического развития коллективов, методики их расчета и оценки.

Этап 3. Переходный период (конец 80-х – 90-е гг. XX в.). Государство оказалось неспособным оградить население от снижения уровня жизни. Усиливается значение альтернативных государственных источников финансирования социальной сферы, в основном, средств предприятий. Период стабилизации характеризуется ростом среднего класса в России. Формируются социальные программы российских корпораций. Системный кризис 1998 года изменяет внешнюю среду деятельности корпораций. Наблюдается устойчивая тенденция к сокращению деятельности корпораций по проблемам социальной ответственности.

Этап 4. Современный период (начало XXI в. – по настоящее время). В начале XXI века причинами дальнейшего развития социальной ответственности бизнеса стал расчет экономического эффекта социальных программ. Социальная ответственность бизнеса выходит на государственный уровень. Этот этап характеризуется возрастающей конкуренцией и экспансией предприятий с иностранным капиталом с более эффективными, в сравнении с отечественными предприятиями, социальными программами.

Поскольку в современной России корпоративная социальная ответственность до сих пор находится на начальной стадии своего развития, она преимущественно ориентирована на ближний круг стейкхолдеров – государство, собственников и персонал компании. Более широкий круг заинтересованных сторон (местные сообщества, поставщики, и пр.) все еще не является системным признаком КСО. Главной причиной подобной ситуации является то, что основными движущими силами процессов внедрения КСО в России является небольшое число крупнейших

корпораций, созданных в результате процесса приватизации, или государство. В силу недостаточной развитости современных гражданских организаций и традиций публичных действий, потребители и граждане, не способны оказать существенного воздействия на бизнес. Однако, по мере развития рынка и формирования гражданского общества, происходит постепенное вовлечение в поле корпоративной ответственности местных сообществ, потребителей и других стейкхолдеров. Следование принципам КСО подтверждает все большее число российских бизнес-структур.

Так, согласно проведенному обследованию предприятий, можно видеть четкую тенденцию сокращения числа предпринимательских структур, не участвующих в социальном развитии территорий присутствия. При этом число социально ответственных компаний ежегодно растет, так же как и растут объемы осуществляемых ими социальных инвестиций (таблица 2.1).

Таблица 2.1 – Рост числа социально ответственных бизнес-структур в РФ

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Отклонение за период 2007-2012 гг.	
							абсол. ед.	отн., %
Не участвовали в социально-экономическом развитии территорий присутствия	97	99	96	92	90	86	-11	-11,3
Принимали участие в развитии территорий, всего, в т.ч.:	103	101	104	108	110	114	11	11,3
- принимали участие в размере до 1% прибыли	41	40	42	44	46	50	9	21,9
- принимали участие в размере от 1 до 5% прибыли	37	39	35	34	33	33	-4	-10,8
- принимали участие в размере больше 5% прибыли	25	22	26	30	31	31	6	24,0

Как видно из таблицы 2.1, число предпринимательских структур, не участвующих в социально-экономическом развитии территорий присутствия ежегодно сокращается. За анализируемый период рассматриваемое сокращение составило 11,3%. Число предприятий, принимающих участие в социально-экономическом развитии территорий присутствия за анализируемый период, напротив, возросло. При этом растет и величина социальных отчислений бизнеса: так, за анализируемый период число предприятий, осуществляющих социальные инвестиции на развитие территорий присутствия в размере большем, чем 5% от прибыли, возросло на 24,0%.

Анализ последних тенденций участия российского бизнеса в жизни общества демонстрирует происходящий переход от традиционной «хаотичной» благотворительности к социальному инвестированию. Таким образом, социальные инвестиции на сегодняшний день являются наиболее распространенной формой осуществления корпоративной социальной ответственности.

Структура отраслевых социальных инвестиций по направлениям использования представлена в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Структура отраслевых социальных инвестиций по направлениям использования (в % от общего объема социальных инвестиций) в 2012 г.

Отрасли экономики	Развитие персонала	Охрана здоровья	Ресурсо-сбережение	Добросовестная деловая практика	Развитие местного сообщества	Прочие направления
Топливный комплекс	37,0	6,1	35,5	5,5	10,9	4,9
Цветная металлургия	36,4	15,5	37,7	2,2	7,0	1,0
Черная металлургия	47,8	7,0	32,0	1,3	10,5	1,6
Электроэнергетика	40,7	9,1	42,0	1,3	4,9	1,8
Лесная и деревообрабатывающая промышленность	48,4	9,7	15,9	1,7	16,9	7,2
Машиностроение	61,8	6,8	5,5	15,5	9,0	1,2

Производство потребительских товаров и услуг	47,1	10,1	11,7	1,2	20,2	9,4
Химическая промышленность	42,9	11,2	35,1	1,2	5,5	3,8
Профессиональные услуги	49,1	45,1	0,6	5,2	0,0	0,0
Сервис	79,1	0,4	0,0	9,9	10,5	0,0
Телекоммуникации	70,0	10,8	0,4	1,9	3,1	13,5
Транспорт	58,4	33,0	2,9	1,5	2,8	1,1
Финансовый сектор	75,9	0,0	0,0	6,9	17,0	0,0
Торговля	59,0	10,6	17,7	0,0	12,7	0,0
Межотраслевые холдинги	31,7	13,8	18,6	0,9	20,9	14,0
В среднем	52,3	12,6	17,0	3,7	10,1	4,0

В целом по России социальные инвестиции направлены преимущественно на «внутренние» программы – развитие человеческого капитала компаний.⁶

В области социальных инвестиций в России наблюдаются проблемы, связанные с институциональным несовершенством: государство формирует недостаточно эффективные правовые и социальные институты, а бизнес-структуры вынуждены компенсировать «ошибки» государства, осуществляя значительные социальные инвестиции, и тем самым отчасти «замещать» государство в социальной сфере. При наличии неокрепшего отечественного бизнеса, не успевшего еще занять свою нишу на внутренних и внешних рынках, подобная линия развития ухудшает конкурентоспособность страны.

Современному российскому бизнесу зачастую не хватает четкого понимания и сознательного принятия того, что социальная ответственность бизнеса – это не нечто исключительное, вызываемое какими-то особыми обстоятельствами, а норма, вытекающая из самой сущности крупного

⁶ Согласно результатам количественных измерений, в среднем по выборке величина социальных инвестиций на одного работника (IL) составляет 28 330 рублей в год, отношение объемов социальных инвестиций к валовым продажам (IS) – 1,96%, а к балансовой прибыли (IP) – 11,25%.

корпоративного бизнеса. Бизнес не может действовать изолированно от общества, поскольку он сам – часть социума. Крупная компания является значимым социально-экономическим институтом и неизбежно занимает ведущее положение в экономике страны. В отличие от фирм малого и среднего бизнеса, крупные компании зачастую являются градообразующими, группируют внутри и вокруг себя большое число заинтересованных лиц, от их деятельности во многом зависит состояние окружающей среды и качество потребительских товаров.

Заинтересованные лица формируют взаимозависимую систему отношений (связей), своеобразную «паутину», которая может либо поддерживать бизнес в трудную минуту, либо, напротив, лишает компанию возможности действовать. Наличие подобного рода социальных связей еще раз подтверждает тот факт, что корпорация является важным общественным институтом, который включен в систему общественных отношений, во многом определяющих социально-экономическое развитие отдельных субъектов общества, а, если брать корпоративный сектор в целом, то и всего общества. По существу, корпоративный сектор и государство разделяют ответственность не только за состояние системы социально-трудовых отношений, но и за благополучие всего общества.

Социальная ответственность российских предприятий чаще всего формализована. Социальные вопросы фиксируются в трудовых соглашениях, которые заключаются между профсоюзами и руководством. В качестве приоритетов предприятия обычно выбирают образовательные программы, воспроизводство рабочей силы, поддержку пенсионеров и детей работников. Например, на развитие персонала крупные российские компании расходуют, по данным Ассоциации менеджеров, до 60% социального бюджета [105].

Ряд компаний разработали и внедрили в свою деятельность кодексы корпоративного управления и публикуют отчеты о своей социальной деятельности. В их числе группа «СУАЛ», ОАО «Газпром», ОАО «Ленэнерго», РАО «ЕЭС», ОАО «Магнитогорский металлургический

комбинат» и др. Однако надо заметить, что эти кодексы мало чем отличаются от устава общества. Они направлены на нужды самой компании. В них, как правило, много говорится об ответственности перед компанией и лояльности к ней работников. В то же время совершенно не упоминается об обязанностях корпорации перед своими сотрудниками и обществом в целом. Таких компаний еще достаточно много. В то же время известно, только стратегия корпорации, основанная на этике бизнеса, согласно институциональной теории, может обеспечить компромисс между интересами акционера, менеджера, работников и потребителей, получением прибыли и защитой окружающей среды, рентабельностью и социальной справедливостью.

Первый этический кодекс российское деловое сообщество на национальном уровне приняло еще в 1912 году. Он назывался «Семь принципов ведения дел в России». Это были такие принципы как: 1) уважай власть; 2) будь честен и правдив; 3) уважай право частной собственности; 4) люби и уважай человека; 5) будь верен своему слову; 6) живи по средствам; 7) будь целеустремлен. Особое значение в процессе предпринимательской деятельности придавалось принципу «будь честен и правдив». Это фундамент предпринимательства, предпосылка здоровой прибыли и гармоничных отношений в делах. Поэтому, для того чтобы быть успешным, современный российский предприниматель должен восстановить и приумножить эти добрые традиции, развивая и расширяя социальную ответственность бизнеса.

Социально ответственная компания располагает большими возможностями, чтобы привлечь и удержать у себя талантливых специалистов. Кроме того, она располагает большим доверием у инвесторов и имеет большие возможности получения долгосрочных инвестиций. Особенно это важно в условиях экономического кризиса. В то же время корпорациям необходимо прилагать больше усилий к установлению эффективных партнерских отношений с другими компаниями,

общественными и гражданскими организациями, государственными структурами для выработки коллективных системных подходов к корпоративной ответственности. Больше внимания следует уделять и такому важному вопросу, как формализация раскрытия информации о своей социальной активности. Это можно сделать, прежде всего, через механизм социальной отчетности.

Социальный отчет – это публичный инструмент информирования акционеров, сотрудников, партнеров и всего общества о том, как и какими темпами компания реализует заложенные в своей миссии или стратегических планах развития цели экономической устойчивости, социального благополучия и экологической стабильности.

Предоставление социального отчета может рассматриваться как эффективный механизм информирования инвесторов, потребителей, местного сообщества и органов власти о том, что компания ведет свою деятельность социально ответственным образом. Такая обратная связь не только демонстрирует и закрепляет за компанией право на ведение бизнеса, но и приносит выгоду обществу от большей доступности информации. Следовательно, социальный отчет может в перспективе стать эффективным инструментом диалога бизнеса с обществом и государством.

Представления о мотивах, стимулирующих бизнес к деятельности в социальной сфере, сложившиеся в западной и российской литературе, недостаточно конкретизированы. Поэтому, проанализировав причины возрастания интереса к проблемам корпоративной социальной ответственности, можно выделить следующие:

1. Появление «новых» русских предпринимателей и развитие бизнеса (создание, прежде всего, крупных негосударственных предприятий). Бизнес-сектор, заняв определенные позиции в обществе, заинтересован в их сохранении и стабилизации. В связи с этим, появляются новые традиции, формируются новые этические нормы и принципы современного предпринимательства. Практически все крупные, и средние компании

вынуждены заботиться о сотрудниках, устанавливать взаимовыгодные отношения с партнерами и местным сообществом. Сегодня транснациональные компании (ТНК) производят около 25% мирового продукта. Социально значимые вопросы давно стоят в центре внимания общественности, поэтому компании пытаются по мере сил «вести себя хорошо», в рамках общепринятых правил. Российские ТНК активно выходят на мировые рынки и поэтому вынуждены играть по правилам цивилизованного бизнеса. Компания «ЛУКОЙЛ» объявила о введении международных стандартов экологической сертификации ISO и OHSAS, а вскоре после этого приобрела в США компанию Getty Petroleum с сетью ее заправок. «Вимм Билль Данн» получив международный сертификат соответствия British Retailer Consortium, стала активно продвигать свой бренд за рубежом, в связи с чем в своей маркетинговой стратегии усилила социальную составляющую своей деятельности.

2. КСО способствует созданию благополучной бизнес-среды. Речь идет о налаживании отношений с властью и клиентами компании. Особо выделяется в качестве мотива социальной ответственности необходимость налаживания заинтересованных отношений с властью. Осуществляя мероприятия в рамках КСО, предпринимательские структуры вполне могут рассчитывать на снижение административных и бюрократических барьеров, на получение конкурентных преимуществ при участии в тендерах, объявляемых государственными или общественными организациями, на то, что именно им будет отдано предпочтение при распределении земли, лицензий, разрешений и других стратегических ресурсов. Другими словами, налаженные связи с местным сообществом, губернаторами, главами муниципальных образований играют всегда на пользу бизнесу. Клиенты же предпочитают иметь дело с организацией, которая хорошо зарекомендовала себя на рынке. Значит, она вправе рассчитывать на благожелательность партнеров, расширение потенциальной клиентской базы, более легкий выход на новые рынки.

3. Создание положительного имиджа компании. В свете происходивших экономических изменений в нашей стране сложился устойчивый стереотип, что бизнес пользуется плохой репутацией в обществе. В последнее время наиболее значимым мотивом реализации российским бизнесом социальной политики является создание положительного имиджа компании, который позволяет получить дополнительные конкурентные преимущества. Главный до недавнего времени приоритет компании – извлечение максимальной прибыли, постепенно вытесняется осознанием того, что КСО становится определяющим фактором будущего процветания фирмы. С целью изменения негативного отношения общества к бизнесу, предпринимательские структуры вынуждены идти на реализацию различных социально значимых программ, работающих на их имидж. По данным исследования, проведенного Санкт-Петербургским университетом экономики и финансов, примерно 80% предпринимателей в качестве мотива благотворительной деятельности отметили необходимость завоевывать доверие клиента.

4. Взаимосвязь КСО и социальной справедливости. В силу традиций, вопрос о социальной справедливости в российском обществе напрямую увязывается социальной ответственностью бизнеса. Корпоративная социальная ответственность, по мнению большинства россиян, должна хотя бы частично решить давно назревшие социальные проблемы в области преодоления бедности, обеспечения населения доступным жильем, услугами образования, здравоохранения, культуры и многими другими объективно необходимыми для жизни условиями. В России сохраняется внушительный разрыв среднедушевых денежных доходов населения. В 2003 году к дотационным регионам с низким уровнем жизни населения можно отнести 61 из 89 субъектов РФ. Если применять стандартные методы определения расслоения граждан по доходам, то дифференциация окажется более чем двадцатикратная, а в ряде регионов – тридцатикратная и более. Наиболее

обеспеченная группа составляет примерно 1,5% населения страны, но и внутри этой группы разница в доходах то же двадцатикратная.

5. Изменение общественных ожиданий и требований по отношению к бизнесу и их влияние на финансовые показатели компании. Главная цель бизнеса – извлечение максимально возможной прибыли. Однако это достаточно сложное занятие, поскольку нужно отвечать ожиданиям стейкхолдеров – власти, акционеров, покупателей, местного сообщества, партнеров, инвесторов и других. Результаты деятельности бизнес-структур измеряются не только на потребительском рынке, но и через систему рейтингов. Например, по данным маркетингового агентства Cone/Roper, 78% взрослых потребителей скорее всего купили бы товары у компании, продукт которой ассоциируется с «добрым делом» (good cause). Более 86% европейских потребителей склонны покупать товары у компаний, которые вовлечены в социально-значимые проекты. Такая же тенденция наблюдается и в российском обществе. Если в 90-е годы, в силу его незрелости и разобщенности, руководитель (собственник) предприятия определял его политику как социально ответственную, в основном, по двум причинам: по велению души или по велению властных структур (что нельзя в полной мере назвать социальной ответственностью, а скорее, просто благотворительностью, так как она не несет выгоды самому предприятию), то теперь появился еще один мощный мотив – общественное мнение. И оно предъявляет бизнесу свои требования.

Наиболее крупные и успешные компании очень чувствительны к барометру общественного мнения. И они достаточно быстро поняли, что общественное мнение давно не ставит на повестку дня как вопрос номер один помощь социально незащищенным группам ветеранов и инвалидов, хотя это, безусловно, важные и достойные задачи. Последние результаты изучения общественного мнения, проведенного Ассоциацией менеджеров России среди социально активных слоев населения, говорят о том, что люди хотят от предпринимателя, прежде всего, хороших товаров по разумной цене,

а ответственное поведение и неучастие в коррупции они ставят выше, чем вопросы поддержки искусства. Хотя ни в коем случае не следует призывать прекращать благотворительные акции в адрес детей-сирот и участие в решении других социальных проблем.

Исследования показали, что существуют очень значительная положительная корреляция между социальной активностью компании, с одной стороны, и такими показателями как доходность активов, продаж, капитала и акций, – с другой. Социальная ответственность приносит свои дивиденды. Доходность продаж у социально активных западных компаний на 3% выше, доходность активов выше на 4%, а доходность капитала и акций на 10% выше, чем у компаний, не проявляющих себя в этой сфере. Реализация программ корпоративной социальной ответственности и инвестиций в местные сообщества создает дополнительные преимущества и приносит измеряемую прибыль для бизнеса.

В новых условиях социальная активность бизнеса перестала уместаться в рамках традиционных спонсорства и благотворительности. Компании стали переходить от благотворительности к «социальным инвестициям», увязывая реализацию социальных проектов с выгодой, которую они в перспективе могут принести. В связи с распространением концепции «социальных инвестиций» можно говорить о воздействии социальной ответственности на экономическую эффективность компаний, их капитализацию и уровень конкурентоспособности.

6. Революция коммуникаций. Появление Интернета и других новых средств связи свидетельствует о том, что новости, которые раньше едва выходили за пределы компании, сейчас могут постоянно транслироваться на весь мир. Появляется все больше людей, которые влияют на развитие бизнеса, находясь довольно далеко от места его конкретной деятельности. Таким образом, существенно возрастает важность отношений со всеми заинтересованными в развитии вашего бизнеса людьми, а не только с акционерами.

7. Корпоративное управление. Развитие глобализации, усиление давления со стороны стейкхолдеров, необходимость повышения прозрачности компаний с целью обеспечения устойчивости в высококонкурентной бизнес-среде, приводит к смещению акцентов в корпоративном управлении. Сейчас оно более, чем прежде, находится в центре внимания большинства корпораций. Вопросы социальной ответственности в мировом бизнес-сообществе выдвинулись на первый план. Современный менеджмент переходит от концепции тотального управления качеством (Total Quality Management, TQM) к социально-ориентированной концепции управления (Total Responsibility Management, TRM), которая предполагает увеличение внимания к требованиям различных «заинтересованных сторон», под влиянием которых находится компания, и к вопросам сохранения окружающей среды. В области корпоративного управления в настоящее время выделяется пять основных корпоративных принципов: подотчетность, прозрачность, равенство, процедура голосования, кодексы корпоративного поведения. Долгосрочное видение подразумевает наличие у компании четкого представления о том, как она намерена развиваться в будущем. Разработанный российский вариант Кодекса корпоративного поведения рекомендован к исполнению Федеральной комиссией по фрондовым рынкам. Однако как показала практика (дело «ЮКОСА»), следование Кодексу не гарантирует спокойной жизни. Корпоративное управление – лишь малая часть более широкой области социальной ответственности бизнеса, все чаще называемой «корпоративным гражданством».

8. Ситуация на рынке труда. Немаловажными факторами, вынуждающими бизнес заниматься социальной деятельностью, является проблема привлечения профессиональных кадров. Социальные мероприятия обладают стимулирующим воздействием на работников и создают конкурентные преимущества фирмы на рынке труда. В компанию с хорошей репутацией охотно идут специалисты, значит, можно сэкономить на

рекрутинге, подготовке и переподготовке кадров, содержании штата специалистов по работе с кадрами. Существует прямая связь между отношением сотрудников к компании и ее доходами. Улучшение отношения сотрудников к компании на 5 пунктов означает улучшение удовлетворенности клиентов на 1,3 пункта, что, в свою очередь, означает повышение прибыли на 0,5 пункта.

Исходя из анализа вышеперечисленных причин, стимулирующих бизнес к деятельности в социальной сфере, можно сделать вывод, что социально ответственный бизнес принимает производственные и экономические решения с учетом их социально-экономических и экологических последствий для компаний и для общества. При таком построении КСО превращается в мощный фактор стратегического развития, укрепления деловой репутации и конкурентоспособности, а также роста рыночной капитализации компаний.

В целом, для компаний разных отраслей существуют различные поводы к осуществлению социально ответственной деятельности. Так при производстве продукции предприятиями фармацевтической, химической, табачной промышленности возникают негативные воздействия как на потребителей продукции, так и сотрудников фирм. На предприятиях нефтедобывающей, автомобильной, лесозаготовительной, химической промышленности появляются отрицательные внешние эффекты, воздействующие на окружающую среду. При добыче полезных ископаемых возникают вопросы, вызывающие большой общественный резонанс. В случае использования на предприятиях легкой промышленности и предприятиях – контрагентах (субподрядчиках) детского труда появляются проблемы нарушения прав человека. Мотивом к реализации КСО могут послужить: тенденция к монополизации рынка (доминирование небольшого количества известных брендов или функционирование естественных монополий); масштаб производства (добыча полезных ископаемых, сельское хозяйство, электроэнергетика, строительство); высокий уровень государственного

регулирование или опасность введения регулирования. Характеристика производимой продукции также может послужить поводом для реализации социальных программ. Значительную роль при этом играют общественная значимость продукции (продукты питания, лекарства), степень дифференциации товара (одежда) или брэнд (косметика). Тем не менее, существуют фирмы, которые не заинтересованы в реализации КСО. К ним относятся:

- компании биотехнологического сектора, связанные с производством генно-модифицированной продукции. Для них нет смысла вкладываться в программы социальной ответственности. Они направляют свои усилия исключительно на доказательства принципиальной безопасности своей продукции.

- регулируемые компании, деятельность которых оказывают значительное влияние на общество, (производство вооружений или порнографии).

- компании без известных брендов, которые не являются производителями конечной продукции и оперируют на фрагментированном рынке из множества средних и мелких предприятий. Вряд ли к таким предприятиям будут когда-либо предъявлены какие-либо претензии со стороны общественности, а если даже они и будут предъявлены, ущерб будет крайне незначительным.

- компании с хорошей репутацией без существенного влияния на окружающую среду (интернет-компании, производители программного обеспечения, новостные агентства).

Таким образом, социальная ответственность бизнеса может и должна стать площадкой для плодотворного сотрудничества между бизнесом и властью. Однако это длительный процесс, протекающий противоречиво даже в более развитых и благополучных экономиках. Причем формирование социально ответственного поведения в предпринимательской среде возможно только при целенаправленной поддержке со стороны государства и

его активном участии в решении социальных проблем. Власть должна создать базовые условия для развития социально ответственного бизнеса. Они следующие: а) гарантированные права собственности и безопасности ведения бизнеса; б) независимая судебная система; в) прозрачные законодательные рамки для ведения социальной деятельности; г) приоритеты социальной ответственности и др.

Одновременно государству следует оказывать активную и системную поддержку развитию институтов гражданского общества. Одним из эффективных путей решения данной проблемы является создание эффективных механизмов финансирования гражданских инициатив, в том числе через формирование системы независимых государственных и негосударственных агентств.

2.3 Преимущества и недостатки методов количественной и качественной оценки социальной ответственности предпринимательских структур

Разработка и совершенствование теории корпоративной социальной ответственности поставила перед научным сообществом такую проблему как измерение совокупного вклада компании в социально-экономическое развитие общества. Суммарный вклад бизнеса в благополучие местного сообщества может измеряться различными методами с использованием как количественных, так и качественных критериев, однако в настоящее время единых критериев такой оценки не существует, в результате чего ни один из них не является универсальным.

Для полной и достоверной оценки социальной ответственности требуется исчерпывающая информация обо всех аспектах деятельности компании. Документом, представляющим собой источник комплексной

информации о деятельности компании в социальной, экономической и экологической сферах, является социальный (нефинансовый) отчет.

Наряду с этим социальный отчет представляет инструмент коммуникации компании со всеми заинтересованными сторонами. Поэтому на основе анализа информации, представленной в социальных отчетах компаний, нами разработаны следующие критерии, позволяющие оценить уровень развития и выявить специфику корпоративной социальной ответственности не только самой компании, но и отдельного региона, а также страны в целом.

– Сущностное понимание корпоративной социальной ответственности, то есть что именно российский бизнес понимает под социальной ответственностью. В настоящее время существует несколько подходов к ее определению, однако подавляющее большинство исследователей данной проблемы понимают под корпоративной социальной ответственностью добровольный вклад предпринимательских структур в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании, но выходящий за рамки определенного законом минимума. Представляется, что именно такой подход и определяет сущность КСО. Предпринимательская структура, формулируя сущностное понимание корпоративной социальной ответственности, определяет место и роль соответствующих практик в развитии бизнеса, а также может концентрировать свое внимание на различных аспектах социальной ответственности, реализующихся в управленческих процессах, что приводит к соответствующим результатам поведения бизнеса.

– Доступность, прозрачность и достоверность представленной информации является одним из основных критериев оценки уровня социальной ответственности бизнеса. Полное непредоставление информации о социальной и экологической деятельности свидетельствует о слабой социальной активности компании. Прозрачность предполагает высокую степень структурированности информации, удобство ее преобразования в

легко читаемые форматы. Максимально достоверной формой предоставления информации является публикуемая аудированная социальная отчетность, которая показывает высокую степень социальной ответственности компании.

– Характер взаимоотношений и механизмы взаимодействия компании со всеми стейкхолдерами. Характер взаимоотношений субъектов показывает силу их связи, а также зависит от самоидентификации каждого участника взаимодействия. Механизмы взаимодействия отражают способы воздействия субъектов друг на друга с целью влияния на результат совместной деятельности. Данный критерий необходим для идентификации основных стейкхолдеров компаний с целью выявления приоритетов взаимодействия, определения степени учета интересов всех заинтересованных сторон.

– Направления и формы реализации социальных программ и проектов компании. В соответствии с данным критерием, помимо направлений социальных программ и проектов (внутренние и внешние социальные программы, поддержка незащищенных слоев населения, спорта и т.д.), определяются формы реализации социальных инициатив компании – от несистематической благотворительности до комплексных социальных программ, что непосредственно будет свидетельствовать о степени зрелости социальной ответственности.

– Суммарный вклад бизнеса в решение социальных проблем общества – количественный критерий, измеряемый в абсолютных и относительных величинах. Абсолютный показатель отражает сумму средств, выделяемую бизнесом на реализацию социальных и экологических программ, а также благотворительность. Относительным показателем является доля средств, выделяемая бизнесом на реализацию социальных инициатив, в чистой прибыли компании или социальных расходов всех компаний. Производным показателем является доля средств, направляемая на реализацию социальных программ через властные структуры и некоммерческие организации.

– Устойчивость КСО в зависимости от факторов внешней среды. Данный критерий позволяет учитывать изменение затрат на корпоративную

социальную ответственность в динамике, а также выявлять компании, которые действительно придерживаются принципов социальной ответственности бизнеса. Критерий может использоваться в качестве результирующего показателя зрелости корпоративной социальной ответственности.

– Стимулирование расширения КСО. Выявление наличия стимулов для развития или сворачивания корпоративной социальной ответственности с целью выработки прогноза развития КСО. Наличие стимулов определяется мотивами раскрытия информации о социально-экономической и экологической деятельности компании, периодичностью ее опубликования, а также сравнением заявленных планов и фактических результатов.

– Общее и особенное в реализации российской концепции социальной ответственности бизнеса. Данный критерий необходим для выявления специфики и определения этапа зрелости корпоративной социальной ответственности. Определяется путем сравнения региональных, российских и мировых практик корпоративной социальной ответственности.

– Социальная роль крупных вертикально интегрированных компаний федерального уровня в процессе реализации региональных экономических интересов. Выявляется специфика трансрегиональных компаний в системе корпоративной социальной ответственности в зависимости от локализации экономических интересов крупного бизнеса. При этом сравнивается суммарный вклад в решение социо-эколого-экономических проблем региона компаний федерального и регионального уровня, а также сопоставляется удельный вес затрат трансрегиональных компаний в развитие данного региона и других территорий присутствия анализируемой компании.

Используя предложенные критерии, можно дать как количественную, так и качественную оценку социальной ответственности предпринимательских структур, независимо от их размеров, отраслевой принадлежности и организационно-правовой формы.

Проблема оценки эффективности КСО состоит, прежде всего, в

выработке конкретной методики и последовательности процедур ее реализации. Более того, ситуация усугубляется разнонаправленностью и разнообразием форм и уровней социальной ответственности, что порождает комплексный характер рассматриваемой проблемы. Во-первых, корпоративная социальная ответственность может быть направлена на:

1) внутреннюю среду компании (охрана труда работников, развитие корпоративной культуры, вложения в развитие персонала);

2) внешнюю среду компании (благоустройство территории присутствия, развитие здравоохранения, образования, культуры, искусства в регионе, охрана окружающей среды).

Во-вторых, эффективность корпоративной социальной ответственности можно оценить как минимум с двух позиций:

1) с точки зрения бизнеса (достижение известности, повышение репутации, рост финансовых показателей);

2) с точки зрения общества (те общественные блага, которые получают жители территории).

Следовательно, можно составить матрицу (рисунок 2.7).

эффективность	внешняя	- рост заработной платы; - удельный вес работников, имеющих медицинскую страховку; - удельный вес работников, охваченных пансионатами, санаториями; - коэффициент социальных расходов на одного работника - коэффициент роста образовательного уровня	- коэффициент роста расходов на социальную поддержку территории; - коэффициент затрат на охрану окружающей среды
	внутренняя	- прирост прибыли - коэффициент текучести кадров - коэффициент производственного травматизма - санитарно-гигиенические условия труда; - наличие программ повышения квалификации; - развитие корпоративной культуры	- укрепление репутации - узнаваемость компании - расширение рынка сбыта - рост объема продаж
		внутренняя	внешняя
		среда компании	

Рисунок 2.7 – Матрица оценки эффективности КСО

В настоящее время наблюдается тенденция к расширению социальной ответственности бизнеса, однако зачастую корпоративная социальная ответственность носит декларативный характер. В условиях динамично меняющихся экономических реалий, особенно кризиса, подобные компании быстро или постепенно сворачивают свои благотворительные и социальные проекты. Однако в то же время можно выявить компании, которые независимо от фазы экономического цикла действительно придерживаются принципов социальной ответственности. Степень влияния факторов внешней среды на деятельность компании в социальной сфере характеризует показатель устойчивости корпоративной социальной ответственности.

Некоторые исследователи [112, 116] предлагают оценивать корпоративную социальную ответственность с помощью коэффициента устойчивости. Устойчивость корпоративной социальной ответственности характеризуется способностью поддержания достигнутого уровня функционирования системы корпоративной социальной ответственности и сохранения тенденции его развития при негативном воздействии факторов внешней среды. Отношение процентного изменения суммы всех элементов затрат на КСО к процентному изменению чистой прибыли, отражающее силу влияния изменения финансовых результатов компании на ее социальную активность, является показателем устойчивости КСО:

$$K_y = \frac{\Delta \sum_{i=1}^n C_i}{\Delta ЧП} \quad (2.1)$$

где $\Delta \sum_{i=1}^n C_i$ – процентное изменение суммы элементов затрат на КСО за определенный период.

$\Delta ЧП$ – процентное изменение чистой прибыли за рассматриваемый период.

К элементам затрат на КСО относятся средства, выделяемые бизнесом на реализацию внешних и внутренних социальных программ и проектов,

благотворительность, а также на природоохранную деятельность. Показатель K_y может рассчитываться как цепным, так и базисным методом. Он может быть положительным, отрицательным и равным нулю.

Для расчета предложенных показателей необходимо использовать данные компаний, имеющих положительный финансовый результат за рассматриваемый период.

Данная методика является универсальной для любой предпринимательской структуры, независимо от размера и отраслевой принадлежности. Она апробирована на предприятиях Новгородской области. Показатели рассчитаны для крупных предприятий и финансовых организаций Новгородской области, имеющих прибыль за период с 2004 по 2012 годы, и представлены в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Среднее значение коэффициента устойчивости и доли затрат на КСО в чистой прибыли предприятий Новгородской области

Группы предприятий	Среднее значение K_y	Средняя доля затрат на КСО в чистой прибыли	Доля предприятий, %	Зона устойчивости
Предприятия финансового сектора	1,27	2,9	7,69	Зона высокой устойчивости
Отечественные промышленные предприятия	0,47	7,93	88,46	Зона умеренной устойчивости
Предприятия с иностранным капиталом	0,18	4,3	3,85	Зона умеренной устойчивости

В результате исследования выявлено, что наибольшая часть предприятий находится в зоне умеренной устойчивой корпоративной социальной ответственности – основу составляют отечественные промышленные предприятия, в зоне высокой устойчивости располагаются компании финансовой сферы, а наименьшее изменение затрат на корпоративную социальную ответственность в зависимости от изменения финансовых результатов отмечается у предприятий с иностранным капиталом. Значения показателей по видам экономической деятельности представлены в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Распределение предприятий Новгородской области по зонам устойчивости в соответствии с видом экономической деятельности

Виды экономической деятельности	Среднее значение K_y	Средняя доля затрат на КСО в чистой прибыли	Доля предприятий, %	Зона устойчивости
Электроэнергетика	0,29	12,8	15,38	Зона умеренной устойчивости
Химическое производство	0,25	4,95	3,85	Зона умеренной устойчивости
Машиностроение и металлообработка	0,71	9,5	38,46	Устойчивая зона
Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная	0,22	4,7	19,23	Зона умеренной устойчивости
Производство пищевых продуктов	0,4	4,35	15,38	Зона умеренной устойчивости

Как видно из представленных таблиц (2.2, 2.3), в зоне высокой устойчивости находится финансовый сектор, машиностроение и металлообработка располагается в устойчивой зоне, остальные предприятия – в зоне умеренной устойчивости. В целом, у более чем 88% обследованных отечественных предприятий корпоративная социальная ответственность интегрирована в основную деятельность, однако масштабы ее роста незначительны.

В заключение следует отметить, что существуют причины, затрудняющие расчет показателей социальной ответственности российских предпринимательских структур. Во-первых, весьма затруднительно в полном объеме получить необходимую для расчетов финансово-экономическую информацию в силу ее непрозрачности для внешних пользователей, кроме того, нередки ситуации, когда благотворительность включается в бизнес-расходы. Во-вторых, благотворительность зачастую носит стихийный характер: решение принимается, как правило, руководителем, исходя из личных мотивов, а эффект от его инициативы никак не отслеживается.

ГЛАВА 3

СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

3.1 Эволюция социального партнерства: от социального диалога к многостороннему взаимодействию

Актуальной проблемой взаимодействия властных и предпринимательских структур является выявление степени ответственности каждой из сторон за решение социо-эколого-экономических проблем и стабильное развитие общества. Ни в науке, ни в практике нет единого подхода к разрешению данной проблемы. Одни исследователи (П. Дракер, Й. Шумпетер) считают, что максимум ответственности за социально-экономическое развитие территорий лежит на бизнес-сообществе. Это так называемый европейский подход, поддерживаемый, главным образом, представителями некоммерческих организаций и органами государственной власти и управления. Другие (М. Фридман, Д. Хендерсон) разделяют американский подход, в рамках которого ключевой задачей бизнеса является повышение прибыли и рост стоимости компании, выгодный для акционеров, а ответственность за решение социально-экономических проблем в полной мере должно нести государство.

В настоящее время, ни государство, ни бизнес не способны в одиночку преодолеть усугубляющиеся в процессе глобализации проблемы, обеспечить должный уровень благосостояния территорий, экономическую, социальную и политическую стабильность. Следовательно, они вынуждены действовать сообща и учитывать не только интересы друг друга, но и всего общества в

целом. Такое взаимодействие реализуется в форме социального партнерства.

Социальное партнерство представляет собой специфический феномен, присущий современным экономическим системам, содержание которого носит многоаспектный характер. Исторически основные идеи социального партнерства сформировались в социально-трудовой сфере, в качестве вынужденной реакции предпринимателей на обострение противоречия между трудом и капиталом, выражающегося в абсолютном и относительном ухудшении положения наемных работников, что актуализировало необходимость инициации социального диалога. С другой стороны, властные структуры, заинтересованные в поддержании социальной стабильности общества, также вовлекаются в социально-трудовые отношения, исполняя роль гаранта соблюдения достигнутых договоренностей.

Данный подход не утратил своей актуальности и в настоящее время. Так, Трудовой Кодекс Российской Федерации определяет социальное партнерство как систему взаимоотношений между работниками (или их представителями), работодателями (или их представителями), органами государственной власти, органами местного самоуправления, направленную на согласование интересов взаимодействующих сторон по вопросам регулирования трудовых и других непосредственно связанных с ними отношений [215, ст. 23].

Однако действие социального партнерства не ограничивается только сферой социально-трудовых отношений. Выходя за рамки социально-трудовых отношений, социальное партнерство можно определить как институт, призванный учитывать баланс интересов властных структур, предпринимателей и общества при решении особо значимых проблем в социо-эколого-экономической сфере. При этом социальное партнерство выступает как специфический тип общественных отношений, присущий цивилизованному рынку, посредством реализации которого достигается стабильность в обществе и устойчивое социально-экономическое развитие.

Следуя расширительному подходу, автор рассматривает социальное

партнерство как наиболее развитую форму корпоративной социальной ответственности в рамках взаимодействия властных и предпринимательских структур, включающую учет интересов населения территорий присутствия бизнеса, представляемых различными общественными организациями.

Таким образом, можно констатировать двуединую сущность категории «социальное партнерство», представленную на рисунке 3.1.



Рисунок 3.1 – Двуединая сущность социального партнерства

Как видно из рисунка 3.1, социальное партнерство объединяет два содержательно близких, но, тем не менее, различных по своей сути явления:

- 1) социальное партнерство как элемент сферы социально-трудовых

отношений – представляет собой сотрудничество между предпринимателями (работодателями) и представителями трудящихся (профсоюзов) в правовом поле, определяемом государством, с целью улучшения условий труда, повышения жизненного уровня трудящихся и развития экономики в целом.

2) социальное партнерство как форма реализации корпоративной социальной ответственности – предполагает оптимально организованную на взаимовыгодных началах и, следовательно, эффективную модель взаимодействия органов государственной власти, предпринимательских структур и общественных организаций с целью создания условий для устойчивого социо-эколого-экономического развития общества, основным критерием которого является улучшение качества жизни и рост благосостояния населения.

Следовательно, сущностное различие партнерства, как формы реализации корпоративной социальной ответственности, и социального партнерства в сфере социально-трудовых отношений состоит в происхождении: первое происходит от свободного сотрудничества, второе – от отрицания борьбы и выступает способом преобразования борьбы в сотрудничество.

Построение партнерской модели взаимодействия органов власти, бизнес-структур и общественных организаций создает предпосылки для формирования востребованного в настоящее время ресурса – отношенческого капитала, образующегося на основе доверия взаимодействующих субъектов друг к другу, и являющегося составной частью общественного капитала, характеризующегося наличием четких «правил игры», устанавливаемых органами власти, развитостью гражданских институтов в обществе и наличием эффективных форм их взаимодействия с властными структурами, включая процедуры выявления и согласования интересов взаимодействующих сторон.

В зависимости от уровня развития национальных экономик можно выделить следующие формы реализации социального партнерства:

1. Социальный диалог, представляющий собой двустороннее взаимодействие властных и предпринимательских структур по поводу реализации социально значимых проектов и программ с целью разрешения социо-эколого-экономических проблем территории.

2. Трехстороннее межсекторное взаимодействие, представляющее собой конструктивный диалог органов государственной власти, предпринимательских структур и населения (в лице НКО) при решении социальных проблем, обеспечивающее синергетический эффект от сложения разных ресурсов и выгодное каждой из взаимодействующих сторон. В теории и практике межсекторного взаимодействия основной акцент делается на функционировании некоммерческих организаций, оперативно разрабатывающих инновационные виды социальных услуг и обеспечивающих не только дополнительные рабочие места, но и способствующие развитию социальной сферы.

3. Мультистороннее взаимодействие – долгосрочное конструктивное взаимодействие, осуществляемое равноправными стейкхолдерами на основе добровольного соглашения и принципов доверия с целью решения актуальных проблем социально-экономического развития.

Социальный диалог представляет собой институциональный и организационный альянс государственных органов власти и предпринимательских структур с целью реализации социально значимых проектов и программ в различных сферах деятельности в масштабах всей страны, ее отдельных регионов или территорий [86, с. 61]. Зачастую подобный диалог называют «государственно-частное партнерство» (ГЧП). Таким образом, происходит слияние материальных и нематериальных общественных (со стороны органов государственной власти и управления) и частных (со стороны бизнес-структур) ресурсов на долгосрочной и взаимовыгодной основе с целью производства и распределения общественных благ (развитие инженерных коммуникаций, благоустройство территорий, улучшение социальной инфраструктуры), а

также оказания общественных услуг (в сферах здравоохранения, образования, в области социальной защиты и т.д.).

В процессе формирования партнерских отношений существенные изменения претерпевают отношения собственности, складываются новые модели финансирования, появляются более эффективные методы управления. Таким образом, социальный диалог можно охарактеризовать как долгосрочное партнерство, которое по экономической природе представляет собой развитие традиционных механизмов взаимодействия властных и предпринимательских структур.

В настоящее время происходит достаточно активное развитие разнообразных форм ГЧП во всех странах мира и в различных отраслях и сферах экономики. Существующие классификации государственно-частного партнерства включают следующие его формы [27, 150]:

1) Контрактная форма – предусматривает заключение различных контрактов между властными и предпринимательскими структурами на производство продукции, выполнение работ или оказание общественных услуг, на реализацию продукции для нужд государства, на управление, на оказание технической помощи и другие. В административных контрактных отношениях права собственности не передаются частным партнерам, а все расходы и риски берет на себя государство. Интерес бизнес-структур состоит в том, что по договору они получают право на устанавливаемую долю в доходе, прибыли или взимаемых платежах. Краткосрочные контракты достаточно широко используются в хозяйственной практике властных структур, как за рубежом, так и в современной России.

2) Аренда и лизинг. При заключении договора аренды осуществляется передача государственного или муниципального имущества в пользование конкретной бизнес-структуре на определенный срок и за установленную плату. В случае если заключается договора лизинга, лизингополучатель имеет право выкупа государственного или муниципального имущества по окончании срока аренды.

3) Концессия – представляет собой наиболее распространенную форму ГЧП за рубежом, заключающуюся в уступке государством на определенный срок своих имущественных прав и/или прав на отдельные виды хозяйственной деятельности негосударственным иностранным или отечественным бизнес-структурам на оговоренных условиях. Экономическая сущность концессии отражает отношения между властными и предпринимательскими структурами по поводу управления государственной собственностью на основе частной инициативы в рамках договорных отношений, а также форму деятельности, основанную на временном использовании госсобственности негосударственным субъектом этой собственности. Исключительный (монопольный) характер прав, предоставляемых государством концессионеру (частному партнеру), заключается в том, что в рамках территории или вида деятельности, на которые он получает исключительное право, не допускается аналогичная деятельность любых третьих лиц, а также и самого государства. За пользование государственной или муниципальной собственностью концессионер вносит плату на условиях, оговоренных в концессионном соглашении [30, с. 28]. Концессия, как важнейшая форма партнерства власти и бизнес-структур получила наиболее широкое распространение в инфраструктурных отраслях, где особенно актуальны приток частных инвестиций и высококвалифицированное управление. Наиболее распространены следующие виды концессий: концессия на существующие объекты инфраструктуры; концессия на строительство или модернизацию инфраструктурных объектов; передача объектов государственной собственности в управление частным управляющим компаниям и другие.

4) Соглашение о разделе продукции – особый вид договора, согласно которому государство предоставляет инвестору (добывающей компании) на возмездной основе и на определенный срок исключительное право на поисково-разведочные работы, добычу и эксплуатацию минерального сырья в пределах определенной соглашением территории, а инвестор обязуется

осуществить проведение в соответствии с условиями соглашения работ за свой счет и на свой риск. Вся произведенная продукция подлежит обязательному разделу между государством и инвестором в соответствии с соглашением, которое предусматривает условия и порядок подобного раздела.

5) Создание государственно-частных предприятий, являющихся одной из распространенных форм партнерства властных и предпринимательских структур. В зависимости от соотношения и характера совместного капитала разновидностями этой формы могут быть либо акционерные общества, либо совместные предприятия на долевом участии сторон. Существенной особенностью совместных предприятий любого типа является то, что государство постоянно участвует в текущей производственной, административно-хозяйственной и инвестиционной деятельности. Чем ниже доля частных инвесторов в сравнении с государством, тем меньший спектр самостоятельных решений они могут принимать без вмешательства государства или учета его мнения. Самостоятельность и свобода в принятии решений частным партнером здесь гораздо уже, чем, например, в концессиях.

6) Схема «Build – Operate – Transfer» («Строй – Эксплуатируй – Передай»), при которой государственный проект реализуется и эксплуатируется частным инвестором, после чего передается на баланс государства. Данная схема применяется обычно в таких областях, как добыча природных ресурсов, электроэнергетика и транспорт. В данном случае реализацией проектов государственно-частного партнерства служит совместное инвестирование крупных проектов за счет бюджетных и внебюджетных источников и частного капитала. При этом государство в первую очередь вкладывает средства в инфраструктуру (дороги, порты, линии электропередач, трубопроводы и т. д.) крупных промышленных проектов, реализуемых на средства частных инвесторов [9, с. 131].

Реализация национальных проектов и программ на основе ГЧП является одним из наиболее распространенных и действенных механизмов

как взаимодействия властных и предпринимательских структур, так и сочетания различных ресурсов и их источников. Как показывает мировая практика, именно такого рода взаимоотношения в наибольшей мере содействуют экономическому росту и успеху в интересах государства и частного бизнеса.

Многообразие форм государственно-частного партнерства свидетельствует о том, что в нем заинтересованы все стороны, участвующие в процессе взаимодействия. Его положительный эффект заключается в том, что государство получает финансирование для капиталоемких, долго окупаемых проектов, не утрачивая при этом над ними контроль, а бизнес-структуры приобретают доступ к ранее закрытым секторам экономики, например, к транспортной инфраструктуре.

Заинтересованы в партнерстве с государством и предприниматели. Например, инновационные бизнес-структуры в рамках ГЧП получают возможность снижать риски новых проектов за счет привлечения более дешевого капитала, чем в рыночном секторе экономики, а также через консультационную систему воздействовать на распределение государственных вложений в фундаментальные и прикладные научные исследования (НИОКР) и образование с учетом собственных планов развития.

Государственно-частное партнерство является эффективным способом концентрации ресурсов на приоритетных направлениях экономического развития страны. Однако оно требует высокого уровня доверия между государством и бизнесом. К сожалению, такого доверия в России пока нет, а потому долгое время происходила как бы самоизоляция государственных предприятий от общего массива экономики.

Для того чтобы реализовать ГЧП как определенный комплекс взаимосвязей и взаимоотношений между властью и бизнесом, необходимы не только финансовые, но и инвестиционные, информационные, кадровые и инновационные ресурсы, получаемые из различных источников. Кроме

этого, нужны хозяйственные системы, общественная поддержка, а также механизмы, способные обеспечить эффективное решение важнейших социально-экономических проблем страны. Исходя из этого, государственно-частное партнерство можно рассматривать как определенную систему, обладающую особым комплексом экономических, социальных, правовых, политических, организационных, управленческих и других взаимосвязей, взаимоотношений и условий, направленных на максимально эффективное использование имеющихся ресурсов и источников для социально-экономического развития России [118, с. 20].

В настоящее время в нашей стране идет активная разработка концептуального подхода, позволяющего сочетать интересы властных и предпринимательских структур. Основная цель государственно-частного партнерства – реализация общественно значимых проектов реформируемой экономики с наименьшими затратами и рисками при условии предоставления экономическим субъектам высококачественных услуг.

Главной и наиболее широко применяемой в настоящее время в России формой ГЧП является концессия. Для налаживания эффективного партнерства между государством и частным бизнесом в нашей стране необходимо принять новый закон «о концессионных соглашениях», где концессия должна трактоваться гораздо шире, чем в ГК РФ. Закон о концессиях в России принят в 2005 году. Главный его недостаток состоит в том, что из объектов концессионных соглашений исключены природные ресурсы, в том числе в области недропользования. Не решены многие проблемы и с магистральным трубопроводным транспортом, в создании которого может участвовать частный капитал (необходимость и возможность такого участия в принципе уже признаны). При этом важно, чтобы закон применялся одним правомочным органом. Без последовательной реализации принципа «одного окна» российские бюрократы легко девальвируют и провалят его.

Следует отметить, что закон о концессиях представляет лишь основу

для развития концессионной деятельности. Помимо этого, необходим еще комплекс отраслевых законов о концессиях, ряд подзаконных актов, регламентирующих деятельность в рамках концессии, правовые нормы ГЧП, налоговое законодательство. Допуск частного сектора в естественные монополии возможен только там, где существуют четкие, стабильные, легитимные правила и нормы, институциональная среда, система государственного регулирования и контроля.

Особой и достаточно эффективной формой государственно-частного партнерства в сфере нефтяного бизнеса в России стали широко используемые в мировой практике соглашения о разделе продукции (СРП). При этом между государством и частной компанией заключается соглашение, по которому последняя расплачивается с государством частью добытой продукции (после возмещения всех затрат). Для России такая форма партнерства имеет особое значение при переходе к освоению новых районов нефтедобычи, особенно на арктическом шельфе. Однако решение данной задачи в современных условиях сопряжено со значительными трудностями. Достижение подобных соглашений предельно бюрократизировано. По оценкам Министерства природных ресурсов, сегодня до начала реализации любого СРП необходимо пройти 28 этапов подготовки и согласований. Подобная процедура растягивается на 2-3 года. Данная система насквозь коррумпирована, а потому недееспособна.

Различие между концессией и соглашением о разделе продукции заключается, прежде всего, в разной конфигурации отношений собственности между государством и частным партнером. Если в концессиях концессионеру на правах собственности принадлежит вся выпущенная продукция, то в соглашениях о разделе продукции партнеру государства принадлежит только ее часть.

Большая работа предстоит и по созданию соответствующей институциональной среды, подразумевающей последовательное решение трех взаимосвязанных задач: разработки концепции преодоления системы

институциональных ловушек мерами по легализации бизнеса; преодоления институциональной дихотомии, приведшей к неэффективным формам организации приватизированных предприятий и финансовой системы; формирования механизмов выявления и интеграции общественных предпочтений, ориентации на цели, разделяемые обществом. Данная институциональная среда должна включать в себя органы законодательной и исполнительной власти, финансово-экономические институты, обеспечивающие инвестирование в концессии, независимые организации, осуществляющие экспертизу концессионных проектов, управляющие компании, отраслевые и иные ассоциации и объединения. Сформированная таким образом институциональная структура будет определять как характер взаимодействия государственно-частного партнерства, так и уровень его эффективности.

Анализ современной российской практики позволяет сделать вывод о том, что экономика страны пока еще не готова к полномасштабному использованию ГЧП в различных сферах хозяйственной жизни. Его распространение сдерживается несовершенством законодательной базы, неопределенностью органов власти, в ведении которых должны находиться вопросы организации партнерских отношений, неэффективностью деятельности финансово-экономических институтов, обеспечивающих инвестирование и гарантирование частных интересов, независимых организаций, осуществляющих экспертизу проектов и консалтинговую деятельность, управляющих компаний, ассоциаций, объединений, фондов и т.д. В полной мере использовать потенциал ГЧП не позволяет также отсутствие специальных налоговых льгот для компаний, участвующих в партнерских проектах, а также низкий уровень доверия к партнерам. Даже при наличии взаимного желания сотрудничать взаимодействующие стороны не всегда полностью доверяют друг другу и слабо представляют себе необходимый для конструктивного диалога порядок действий.

С целью нивелирования отрицательных проявлений реализации

партнерских отношений необходимо соблюдение ряда условия, к которым можно отнести справедливое распределение возможностей и рисков; прозрачное и эффективное распределение государственных заказов; возможность точного расчета издержек и выгод проекта; создание благоприятного образа партнерства и др.

Особую роль в решении задач устойчивого экономического роста в России играет установление эффективных партнерских отношений региональной администрации и бизнеса. Именно на региональном и местном уровнях в настоящее время формируются социально-экономический и институциональный фундамент рыночной экономики, определяются базовые параметры нового социального контракта. Одновременно идет отбор институтов взаимодействия органов власти, бизнеса и населения, по которому можно определить важнейшие параметры формирующегося социального контракта.

Практика свидетельствует о том, что даже в развитых странах с их мощной институциональной базой партнерские отношения частного бизнеса и государства иногда используются для реализации преимущественно частного интереса. Это сказывается на деформациях в экономической политике, нарушении условий конкуренции, росте недоверия к партнерским отношениям между государством и частным сектором. В реальной экономической действительности эти явления часто принимают форму коррупции. Устранить данные негативные явления непросто, однако свести их к минимуму и тем самым повысить эффективность реализации партнерских отношений вполне возможно. Этому могут способствовать следующие факторы: эффективная структура экономики и справедливое распределение возможностей и рисков; прозрачное и эффективное распределение государственных заказов; возможность точного подсчета издержек и выгод проекта. Немаловажное значение в устранении негативных явлений при реализации партнерских отношений государства и бизнеса имеет политико-правовая среда. Именно она формирует стабильные базовые

условия для развития и реализации государственно-частных проектов. При этом правила партнерства должны быть легитимны, прозрачны, обоснованны и приемлемы для обеих сторон общества.

Таким образом, государственно-частное партнерство может быть эффективным и принесет определенный успех лишь в том случае, если будет формироваться на следующих методологических принципах:

- экономического равноправия и ответственности. Суть его состоит в том, что все участники государственно-частного партнерства имеют равные права в определении вариантов эффективного достижения целей и решения задач. Каждый из участников должен нести полную ответственность перед российским обществом за принятые на себя обязательства;

- всестороннего учета интересов всех участников проекта (принцип демократичности);

- селективности: ресурсы и их источники должны концентрироваться за счет партнерства власти с бизнесом по приоритетным направлениям экономического развития страны. В качестве важнейшего критерия отбора ресурсов и их источников выступает максимально возможное получение комплекса синергетических эффектов (социальных, экономических, инвестиционных, инновационных и др.);

- стратегического целеполагания. Это обусловливается поэтапностью, последовательностью развития экономики России и ее регионов. Оно не может и не должно быть суммой разрозненных и не взаимосвязанных действий его участников.

Соблюдение перечисленных методологических принципов формирования и реализации государственно-частного партнерства будет способствовать повышению его эффективности в решении как текущих, так и стратегических задач экономического развития современной России, реализации ее социально-экономических проблем и становлению качественно новой инновационной экономики.

В отличие от государственно-частного партнерства, трехстороннее

межсекторное взаимодействие (межсекторное партнерство) состоит в налаживании конструктивного взаимодействия между тремя секторами, действующими на общественной арене страны, области, города или иной территории – органами власти, предпринимательскими структурами и некоммерческими организациями. Представители каждого из названных секторов располагают различными возможностями для решения социо-эколого-экономических проблем, кроме того, даже само их представление о природе указанных проблем не является одинаковым. Но, тем не менее, несмотря на имеющиеся различия и обусловленные этими различиями противоречия, сотрудничество секторов представляется необходимым, так как ни государство, ни бизнес, ни общественность не в состоянии самостоятельно и без внешней (в данном случае внесекторной) поддержки преодолеть усугубляющиеся проблемы и противоречия. Более того, межсекторное взаимодействие предполагает не только совместную социо-эколого-экономическую деятельность общественных объединений, власти и бизнеса во благо всего сообщества, но и создание новых морально-этических норм общения, основанных на взаимопонимании, гармонии и пользе.

Следует отметить, что в последние годы межсекторное взаимодействие развивается достаточно интенсивно. Все больше внедряются такие направления, как совместное проведение мероприятий, общественные и общественно-экспертные советы, предоставление государственных и муниципальных грантов. И это далеко не полный перечень существующих и развивающихся форм межсекторного взаимодействия. Среди них различные региональные программы, программы территориального развития и многие другие.

Вместе с тем существует целый ряд проблем, связанных с межсекторным взаимодействием. Их можно разбить на две группы: профильные внутрисекторные проблемы и проблемы непосредственно самого межсекторного взаимодействия.

К первой группе проблем относятся следующие:

- недостаточный профессионализм участников,
- информационный голод и отсутствие общего информационного пространства,
- слабость ассоциативных связей и закрытость неправительственных организаций.

Отдельно стоит выделить проблему непонимания тем или иным сектором проблем партнеров. Например, в настоящее время роль некоммерческих организаций в развитии общества по-прежнему остается недооцененной со стороны государства и коммерческого сектора.

Что касается второй группы, то здесь речь идет, прежде всего, о недостаточности правового обеспечения взаимодействия, отсутствии механизмов взаимодействия, основанных не только на личных контактах.

Особого внимания заслуживает проблема взаимодействия некоммерческого сектора и бизнеса. Так, на сегодняшний день мотивацию представителей коммерческих структур, побуждающую их к благотворительности, можно определить как иррациональную, основывающуюся на общечеловеческой системе ценностей и, в большинстве случаев, личных контактах. При данной схеме коммерческий сектор не рассматривает некоммерческий как партнера, а относится к нему как просителю. То есть некоммерческие организации не воспринимаются как профессиональные организации, решающие социальные проблемы общества, в том числе и коммерческий структур, как составляющих общества. В связи с этим при осуществлении материальной и финансовой помощи, такая цель как анализ того, насколько рационально она расходуется, каков механизм доставки и качество услуги конечному потребителю зачастую в принципе не ставится. Отношения носят характер разовых действий, и ни один из участников не заинтересован в систематическом и объективном анализе результатов.

Более того, говоря о межсекторном взаимодействии нельзя не отметить тот факт, что его развитие происходит очень неравномерно, можно даже

сказать, хаотично. Это обусловлено, в частности, различным уровнем развитости институтов гражданского общества в разных регионах страны, недостаточной технологизацией процесса взаимодействия.

В системе межсекторного взаимодействия стороны имеют разные возможности и ресурсы для участия в решении социо-эколого-экономических проблем, поэтому построение социального партнерства основывается на взаимовыгодном обмене ресурсами, доступ к которым может быть полезен и взаимовыгоден всем сторонам.

Властные структуры располагают экономическими, политико-правовыми, административными, информационными, силовыми, социальными и диспозиционными ресурсами; предпринимательские структуры – финансовыми, экспертными, инновационными, информационными, человеческими и коммуникативными ресурсами; некоммерческие организации обладают экспертными, социальными, информационными, человеческими, коммуникационными, инновационными ресурсами. В рамках межсекторного взаимодействия обмен необходимыми ресурсами является основой эффективного взаимодействия органов власти, бизнес-структур и некоммерческих организаций.

Конструктивные цивилизованные отношения межсекторного партнерства предполагают максимальный учет интересов различных социальных групп, согласование их, и возможно более полную реализацию. В противном случае они не будут эффективно содействовать формированию устойчивого социально-экономического развития и политической стабильности, а также поддержанию согласия в обществе.

Модель трехстороннего межсекторного взаимодействия представлена на рисунке 3.2. По мере развития экономических отношений система интересов взаимодействующих сторон становится все более разносторонней и динамичной: увеличивается число носителей интересов, происходит интенсификация и дифференциация взаимосвязей между хозяйствующими субъектами, наблюдается взаимообогащение интересов. Вместе с тем,

неизбежно нарастают и противоречия. Следовательно, важнейшей задачей совершенствования межсекторного взаимодействия является разграничение групп интересов и разработка механизмов их согласования и реализации, что достигается путем переговорного процесса между взаимодействующими сторонами.



Рисунок 3.2 – Модель трехстороннего межсекторного взаимодействия

Следует отметить, что чем больше сферы совпадения интересов взаимодействующих сторон, тем выше уровень социальной ответственности каждой из них, а, следовательно, и уровень трехсторонней ответственности социальных партнеров.

Мультистороннее взаимодействие в настоящее время используется как беспроигрышная модель с высоким потенциалом, в которой партнерские

отношения между равноправными стейкхолдерами расширяют возможности решения актуальных социо-эколого-экономических проблем и вносят существенный вклад в развитие гражданского общества. Для властных структур партнерство с общественными организациями повышает потенциал в разработке и реализации политики, способной улучшить легитимность государственного сектора. Для общественных организаций партнерство дает организационное развитие, появление дополнительных ресурсов, навыки лоббизма, признание и усиление статуса. Для бизнес-структур партнерство дает улучшение репутации бренда, способствует росту лояльности к нему на местных рынках, расширяет возможности управления рисками, предоставляет преимущества в привлечении, мотивации и удержании работников, а также способствует гуманизации бизнеса.

По отдельности каждая из взаимодействующих сторон, обладая определенными специфическими ресурсами, не способна удовлетворить все общественные потребности, однако при совмещении всех ресурсов достигается синергетический эффект, суть которого состоит в том, что итог взаимодействия дает не просто сумму объединенных ресурсов, а в разы превосходящий результат. Любая организация, действующая в рамках мультисекторного партнерства, будь то: попечительский совет представителей бизнеса, общественные советы, публичные слушания, институты по правам человека и по правам ребенка, молодежные парламенты, бизнес ассоциации и любые другие структуры, являющиеся субъектом многостороннего взаимодействия, создают предпосылки к формированию гражданского общества, достижению социальной стабильности и устойчивого экономического роста (рисунок 3.3).

Опыт внедрения мультисекторного взаимодействия в различных регионах России показывает, что его партнерские институты наиболее актуальны на уровне муниципальной власти. У всех акторов общественной жизни есть общая цель – социальное благополучие местного сообщества, а ее достижение возможно только при условии объединения усилий всех

участников взаимодействия. Мультистороннее социальное партнерство обеспечивает устойчивость и стабильность социально-экономического развития территории присутствия бизнес-структур, а также активизирует накопление в регионе отношенческого капитала, что делает его более стабильным.



Рисунок 3.3 – Модель мультистороннего взаимодействия

С внедрением инструментов партнерского диалога и механизмов мультистороннего взаимодействия происходит вовлечение населения в

решение важных социальных задач, что наилучшим образом сказывается на формировании позитивного и активного гражданского общества территории муниципального образования и является основой построения корпоративного гражданства.

Таким образом, социальное партнерство – это категория рыночного общества, которая возникает на определенном уровне его зрелости – экономической, социальной, правовой – вместе с появлением социально ответственных экономических субъектов. Изменение структуры социального партнерства от простого социального диалога до многостороннего взаимодействия позволяет сделать вывод о существовании тенденции расширения состава участников социального партнерства и его эволюции в направлении роста социальной ответственности у каждого участника для достижения гражданской консолидации и баланса интересов по поводу распределения социальных и материальных благ, что, в свою очередь, формирует баланс интересов в обществе.

3.2 Методический подход к повышению эффективности системы социального партнерства на основе сопоставления многокритериальных альтернатив

В любом обществе, независимо от уровня его социально-экономического развития, существует достаточно большое число как объективных, так и субъективных причин возникновения конфликтов между органами власти, бизнес-структурами и населением, важнейшей объективной причиной которых является столкновение различных экономических интересов, проявляющееся в расхождении между интересами-ожиданиями каждой из взаимодействующих сторон и реальными возможностями их реализации на практике. Среди объективных причин социальных конфликтов

можно выделить следующие:

- а) неравенство социально-экономического положения субъектов материального производства и партнерских отношений, которое, прежде всего, относится к ресурсам, статусам, материальным и духовным ценностям субъектов;
- б) дезорганизация общества, связанная чаще всего с дезинтеграцией государственных и общественных институтов;
- в) несовершенство действующего законодательства.

Для преодоления и смягчения негативных последствий социальных конфликтов в мировой практике реализуется несколько моделей социального партнерства, которые определяются по одному или нескольким наиболее существенным признакам:

- а) по участию государства и механизму регулирования социально-трудовых отношений: двухсторонняя модель («бипартизм» – отношения работника и работодателя) – в основном на отраслевом уровне и в трудовых коллективах; трехсторонняя модель («трипартизм» – взаимодействие работодателя, работников в лице профсоюзной организации и органов власти) на всех уровнях – федеральном, региональном, территориальном.
- б) по характеру взаимодействия заинтересованных сторон: партнерство, нацеленное на сотрудничество; партнерство, ориентированное на оппозицию, конфронтацию.
- в) по специфике взаимоотношений различают: модели соперничества, модели ползучего конфликта, модели скрытого конфликта.

Наиболее типичными моделями социального партнерства, сложившимися и успешно реализующимися в мировой практике, являются следующие:

1. По критерию правового регулирования социально-трудовых отношений – существуют три основные модели социального партнерства:

Первая модель применяется в странах Северной Европы (Финляндия, Швеция, Бельгия, Норвегия, Голландия). Она характеризуется активным

вмешательством государства в регулирование трудовых отношений, с использованием принципа многоуровневого сотрудничества «трипартизма».

Вторая модель социального партнерства характерна для таких стран, как США, Канада, Япония, а также для большинства развивающихся стран Азии, Латинской Америки, англоговорящих стран Африки. Она, как правило, сводится к уровню коллективных договоров на предприятиях. Особенностью механизма социального партнерства в этой модели является наличие принудительного трудового арбитража и посредничества.

Третья модель типична для стран Центральной Европы (Германии, Австрии, Франции и др.), а также Великобритании. Она является усредненным (промежуточным) вариантом между двумя вышеназванными, и отличается деятельностью специализированных органов в системе социального партнерства. Правовые средства социального партнерства варьируются от консультативных форм сотрудничества социальных партнеров до принятия ими совместных решений.

2. По роли властных структур в партнерских отношениях выделяются три типа моделей социального партнерства:

Первая модель – трехстороннее сотрудничество, преимущественно на макроуровне, в котором государство, работодатели и профсоюзы равноправны. Такая модель широко практиковалась в странах, где у власти стояли социал-демократы в период 60-80-х гг. (Австрия, Швеция, ФРГ).

Вторая модель – двухстороннее сотрудничество на производственном уровне в урегулировании конфликтов работодателей и наемных работников в лице их представительных органов. Государство выступает в роли арбитра трудовых споров, законодательно регулируя отношения, не допуская развития противостояния сторон до опасных для стабильности общества масштабов. (США, Испания, Португалия).

Третья модель – диалог и сотрудничество в конфликтах работодателей, и работников без какого-либо вмешательства со стороны государства (Япония).

3. По механизму осуществления договорного процесса выделяются две модели:

а) модель социального партнерства, в которой договоры и соглашения предусматривают обязанности и ответственности сторон, определяют механизм реализации достигнутых договоренностей;

б) модель, в которой не определена степень ответственности сторон, не продуман или практически отсутствует механизм реализации соглашений.

4. По уровню участия работников в управлении предприятием и представительству их интересов и социально-трудовых прав в мировой практике сложились три наиболее характерные модели.

Первая модель – профсоюзное представительство. В ряде стран (США, Канада, Япония, Польша, Великобритания, Ирландия, Италия и др.) профсоюзная организация считается представителем не только членов профсоюза, но и всех работников, не входящих в профессиональный союз. В соответствии с законодательством США право на ведения коллективных переговоров признается только за «наиболее представительным профсоюзом». При этом официальный сертификат получит только тот профсоюз, в котором членами являются не менее 30% работников предприятия. Однако современное законодательство США не исключает и формы рабочего представительства.

Вторая модель – «чистое представительство» наемных работников в советах и комитетах предприятий. Эта модель типична для таких стран, как Австрия, Греция, Испания, Португалия, Германия, Нидерланды и др. Советы (комитеты предприятий) являются органами рабочего представительства, они выступают как бы оппозиционным органом по отношению к работодателю, что роднит эти органы с профсоюзными комитетами.

Третья модель – «смешанное представительство» характерно для таких стран, как Бельгия, Дания, Ирландия, Франция и др. На предприятиях формируются советы (комитеты), в состав которых избираются трудовым коллективом представители наемных работников. Представители

работодателя – назначаются администрацией. Смешанное представительство предусматривает принятие совместных решений, включая участие в решении вопросов: кадровых (прием и увольнение работника), касающихся внутреннего трудового распорядка, охраны труда и др. Оно ориентировано на консенсус с работодателем.

Анализ перечисленных моделей позволяет сделать определенные выводы о том, какой тип социального партнерства будет наиболее эффективным в современных условиях в России. Так, по критерию правового регулирования для российских условий в сфере бизнеса, на наш взгляд лучше будет работать модель, суть которой сводится к заключению и исполнению коллективных договоров на предприятиях. По критерию роли властных структур для современной России наиболее подходящей представляется модель социального партнерства двухстороннего сотрудничества на производственном уровне в урегулировании конфликтов работодателей и наемных работников в лице их представительных органов. По механизму осуществления договорного процесса предпочтение следует отдать модели, в которой договоры и соглашения предусматривают обязанности и ответственности сторон, определяют механизм реализации достигнутых договоренностей, т.к. в ней заложен механизм ответственности.

Социальное партнерство является эффективным способом разрешения социо-эколого-экономических проблем. Однако само по себе наличие партнерства еще не гарантирует получение желаемых результатов. Поэтому необходимо уделять должное внимание проблемам, возникающим в рамках партнерства, которые могут превратить отношения в нестабильные, конфликтные. Следовательно, социальное партнерство должно постоянно быть одним из объектов мониторинга, осуществляемого органами власти и управления, что обеспечит стратегическую ориентацию страны на повышение уровня социально-экономического развития.

В связи с вышесказанным, важным понятием является качество социального партнерства. Качество партнерства, на наш взгляд, складывается

из шести составляющих и определяется организационными, экономическими и социальными факторами (рисунок 3.4).



Рисунок 3.4 – Качественные составляющие социального партнерства

Как видно из рисунка 3.4, именно качество социального партнерства обеспечивает его успех – построение гражданского общества, достижение социального мира.

С целью выявления наиболее существенных факторов, обеспечивающих качество социального партнерства с точки зрения

различных его участников (властных структур, предпринимателей и общественности), был проведен анализ их значимости с использованием метода экспертных оценок. Обоснованный выбор факторов, требующих приоритетного внимания в переговорном процессе позволит не только повысить эффективность социального партнерства, но и снизить величину трансакционных издержек совместной деятельности партнеров.

Данный метод используется в тех случаях, когда необходимо выбрать лучший объект из нескольких, при условии, что существует набор критериев их оценки или объекты оцениваются несколькими экспертами. Одним из вариантов решения подобных задач является формирование многомерных шкал оценки объектов. При использовании таких шкал можно однозначно упорядочить сравниваемые объекты по степени их полезности (важности, значимости). Необходимым условием для этого является сопоставимость свойств выбранных объектов.

На практике зачастую возникают ситуации, при анализе которых свести оценки объектов к одной затруднено или не представляется возможным. Противоречивость критериев имеет существенное значение: преимущества, получаемые по одному критерию, могут вызвать нежелательные изменения по другому критерию и при этом могут быть в принципе не соизмеримы. В таких ситуациях требуется провести процедуру сравнения и выбора объекта таким образом, чтобы выявить и оценить противоречивость оценок объектов по нескольким, не сводимым к одному критерию, и дать оценку риска при принятии решения.

Данный тип задач известен в теории принятия решений под названием «Разработка индексов попарного сравнения альтернатив» (РИПСА). В настоящее время существует большое число различных методов принятия решений, принадлежащих к данному подходу. Наиболее известной среди них является группа методов ELECTRE (Elimination Et Choix Traduisant la Realite – исключение и выбор, отражающие реальность) [196]. Данные методы направлены на сравнение определенной группы многокритериальных

альтернатив и, следовательно, могут быть использованы для определения приоритетных качественных характеристик социального партнерства.

При реализации подхода РИПСА исследователи выделяют два основных этапа [127, 196, 207]:

1) этап разработки, на котором осуществляется построение одного или нескольких индексов попарного сравнения альтернатив;

2) этап исследования, на котором определенные индексы используются для ранжирования или классификации анализируемого множества альтернатив.

Индексы попарного сравнения альтернатив, как правило, строятся на основе принципов согласия (конкорданса) и несогласия (дискорданса). В соответствии с данными принципами, альтернатива A_i является, по крайней мере, не хуже альтернативы A_j , если соблюдаются следующие условия:

- достаточное большинство критериев поддерживает это утверждение (принцип согласия);
- возражения по остальным критериям не столь существенны (принцип малого несогласия).

Для определения значимости качественных характеристик социального партнерства в данном исследовании используем метод ELECTRE I, принадлежащий к подходу РИПСА, и использующий четкие бинарные отношения между сравниваемыми альтернативами.

Индексы конкорданса и дискорданса строятся следующим образом: каждому из N критериев конкретным экспертом присваивается целое число w , находящееся в диапазоне от 0 до 10, характеризующее значимость критерия для данного эксперта. Если $w = 0$, то, с точки зрения эксперта, критерий является незначимым, если $w = 10$ – критерий крайне важен. Далее выдвигается гипотеза о превосходстве альтернативы A_i над альтернативой A_j . Множество I , состоящее из N критериев, разбивается на три подмножества:

- 1) I^+ – подмножество критериев, по которым альтернатива A_i предпочтительнее альтернативы A_j ;

2) I^- – подмножество критериев, по которым альтернатива A_i равнозначна альтернативе A_j ;

3) I^- – подмножество критериев, по которым альтернатива A_j предпочтительнее альтернативы A_i .

Затем в соответствии с гипотезой о превосходстве альтернативы A_i над альтернативой A_j определяется индекс конкорданса (C_{AiAj}), рассчитываемый как отношение суммы весов критериев (p_i) подмножеств I^+ и I^- к общей сумме весов:

$$C_{AiAj} = \frac{\sum_{i \in I^+, I^-} p_i}{\sum_{i=1}^N p_i} \quad (3.1)$$

Индекс дискорданса (D_{AiAj}), то есть несогласия с гипотезой о превосходстве альтернативы A_i над альтернативой A_j определяется на основе противоположного критерия, по которому A_j в наибольшей степени превосходит A_i . С целью учета разницы длин шкал критериев, разность оценок A_j и A_i относят к длине наибольшей шкалы:

$$D_{AiAj} = \max_{i \in I^-} \frac{w_{A_j}^i - w_{A_i}^i}{W_i} \quad (3.2)$$

где w_{Ai} , w_{Aj} – оценки альтернатив A_i и A_j по i -му критерию;

W_i – длина шкалы i -го критерия.

Индекс конкорданса (C_{AiAj}) имеет следующие основные свойства:

- 1) находится в диапазоне значений от нуля до единицы ($0 \leq C_{AiAj} \leq 1$);
- 2) $C_{AiAj} = 1$, если подмножество I^- не содержит элементов;
- 3) C_{AiAj} сохраняет свое значение в случае замены одного критерия несколькими, но с тем же общим весом.

Индекс дискорданса (D_{AiAj}) также имеет ряд основных свойств. К ним относятся:

- 1) находится в диапазоне значений от нуля до единицы ($0 \leq D_{AiAj} \leq 1$);

2) D_{AiAj} сохраняет свое значение при введении более детальной шкалы по i -му критерию при неизменной ее длине.

Рассмотренные индексы используются при построении матриц согласия и несогласия для рассматриваемых альтернатив. В используемом методе ELECTRE I бинарное отношение превосходства альтернативы задается уровнями согласия и несогласия. Если $C_{AiAj} \geq c_1$ и $D_{AiAj} \leq d_1$, где c_1, d_1 – заданные уровни коэффициентов согласия и несогласия, то альтернатива A_i превосходит альтернативу A_j . Если при заданных уровнях сравнить альтернативы не удалось, то они признаются несравнимыми. С методологической точки зрения, применение понятия несравнимости крайне важно, поскольку если оценки альтернатив во многом противоречивы (по одним оценкам A_i превосходит A_j , а по другим – наоборот), то такие противоречия не компенсируются, а альтернативы A_i и A_j сравнивать нельзя. Понятие несравнимости альтернатив является важным и с практической точки зрения, поскольку позволяет выявить те из них, которые заслуживают специального исследования.

Уровни коэффициентов согласия и несогласия, при которых альтернативы сравнимы, представляют собой рабочий инструмент анализа: задавая эти уровни (постепенно понижая требуемый уровень коэффициента согласия и повышая требуемый уровень коэффициента несогласия), исследуется все множество имеющихся альтернатив. При этом в исследуемом множестве альтернатив при каждом конкретном уровне коэффициентов согласия и несогласия выделяется ядро недоминирующих элементов, которые являются либо эквивалентными (равнозначными), либо несравнимыми. При изменении уровней коэффициентов из данного ядра выделяется меньшее ядро и т.д., что в конечном итоге позволяет выявить одну лучшую альтернативу.

Таким образом, основные этапы исследования предполагают выполнение следующей последовательности действий:

1. Этап определения набора сравниваемых параметров.

На основе проведенных исследований были выявлены следующие факторы, характеризующие качество социального партнерства:

a_1 – заинтересованность сторон в совместном решении проблем;

a_2 – консолидация усилий (совместные действия партнеров);

a_3 – согласованность интересов;

a_4 – четкость цели, задачи и правила сотрудничества;

a_5 – долгосрочность сотрудничества;

a_6 – наличие единой информационной базы;

a_7 – институционализация партнерских отношений;

a_8 – наличие проактивной государственной политики в отношении социального партнерства;

a_9 – уровень и качество жизни населения;

a_{10} – сформированность гражданского общества;

a_{11} – коммуникационная активность партнеров;

a_{12} – наличие системного подхода к формированию социального партнерства.

2. Этап определения состава экспертов.

Поскольку в социальном партнерстве принимают активное участие, по крайней мере, три стороны (органы власти, бизнес-структуры и общественность), то целесообразно сформировать три группы экспертов:

1) представители органов государственной власти и управления;

2) представители предпринимательского сектора (руководители бизнес-структур);

3) представители общественности (активисты НКО).

Количественный и качественный состав экспертов характеризуется следующими данными:

– сотрудники Комитета социальной защиты населения Новгородской области (3 человека), сотрудники Комитета Правительства Новгородской области по мониторингу и анализу социально-экономического развития (4 человека), депутаты Новгородской областной Думы (2 человека);

- руководители бизнес-структур, осуществляющих свою деятельность на территории Новгородской области (12 человек);
- представители некоммерческих организаций, осуществляющих свою деятельность на территории Новгородской области (11 человек).

Исследование проводилось на условиях анонимности экспертов.

3. Этап разработки индексов.

На основании заданных оценок двух альтернатив подсчитываются значения двух индексов: согласия и несогласия. Эти индексы определяют согласие и несогласие с гипотезой, что альтернатива A_i превосходит альтернативу A_j .

Полученные в результате экспертные оценки и построенные на их основе матрицы соответствия и несоответствия, представлены в таблицах 3.1 – 3.9.

Таблица 3.1 – Экспертные оценки показателей (эксперты – представители органов власти и управления)

Показатели	Эксперты								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
a_1	7	5	6	1	2	4	5	9	6
a_2	9	4	8	2	6	7	8	4	10
a_3	3	4	6	6	3	5	6	4	4
a_4	3	6	2	5	7	3	1	5	2
a_5	5	4	1	3	2	4	3	3	7
a_6	2	3	7	2	6	5	4	6	2
a_7	6	9	5	7	3	8	5	4	8
a_8	3	6	2	3	5	6	2	4	3
a_9	1	5	4	8	4	2	4	10	4
a_{10}	3	4	6	3	9	2	3	8	3
a_{11}	4	6	5	3	8	1	2	6	5
a_{12}	8	8	4	6	4	5	7	7	4

Таблица 3.2 – Матрица соответствия (эксперты – представители органов власти и управления)

A_i	A_j											
	a_1	a_2	a_3	a_4	a_5	a_6	a_7	a_8	a_9	a_{10}	a_{11}	a_{12}
a_1	x	0,222	0,556	0,667	0,778	0,556	0,444	0,556	0,667	0,778	0,667	0,333
a_2	0,778	x	0,889	0,556	0,889	0,889	0,667	0,778	0,667	0,667	0,556	0,667
a_3	0,556	0,333	x	0,667	0,778	0,667	0,444	0,667	0,556	0,778	0,444	0,444
a_4	0,333	0,444	0,444	x	0,556	0,556	0,222	0,667	0,444	0,444	0,333	0,111
a_5	0,444	0,222	0,333	0,444	x	0,444	0,000	0,444	0,333	0,667	0,556	0,111
a_6	0,444	0,333	0,444	0,556	0,556	x	0,333	0,444	0,556	0,333	0,444	0,333
a_7	0,667	0,444	0,778	0,778	1,000	0,667	x	0,889	0,667	0,667	0,778	0,556
a_8	0,444	0,333	0,556	0,667	0,667	0,556	0,222	x	0,444	0,556	0,444	0,222
a_9	0,444	0,333	0,556	0,556	0,667	0,556	0,333	0,556	x	0,667	0,444	0,556
a_{10}	0,333	0,444	0,556	0,667	0,667	0,667	0,333	0,778	0,444	x	0,667	0,333
a_{11}	0,333	0,444	0,556	0,778	0,556	0,667	0,333	0,889	0,556	0,444	x	0,333
a_{12}	0,667	0,333	0,889	0,889	0,889	0,778	0,444	0,778	0,778	0,667	0,667	x

Таблица 3.3 – Матрица несоответствия первого уровня (эксперты – представители органов власти и управления)

A_i	A_j											
	a_1	a_2	a_3	a_4	a_5	a_6	a_7	a_8	a_9	a_{10}	a_{11}	a_{12}
a_1	x	0,333	0,417	0,417	0,167	0,333	0,500	0,250	0,583	0,583	0,500	0,417
a_2	0,417	x	0,333	0,250	0,083	0,167	0,417	0,167	0,500	0,333	0,167	0,333
a_3	0,417	0,500	x	0,333	0,250	0,250	0,417	0,167	0,500	0,500	0,417	0,417
a_4	0,333	0,667	0,417	x	0,417	0,417	0,500	0,250	0,417	0,333	0,250	0,500
a_5	0,500	0,583	0,417	0,417	x	0,500	0,417	0,250	0,583	0,583	0,500	0,333
a_6	0,417	0,667	0,333	0,250	0,417	x	0,500	0,250	0,500	0,250	0,250	0,500
a_7	0,417	0,250	0,083	0,333	0,000	0,250	x	0,167	0,500	0,500	0,417	0,250
a_8	0,417	0,583	0,333	0,167	0,333	0,417	0,417	x	0,500	0,333	0,250	0,417
a_9	0,500	0,667	0,250	0,250	0,333	0,250	0,500	0,333	x	0,417	0,333	0,583
a_{10}	0,333	0,583	0,250	0,167	0,333	0,250	0,500	0,333	0,417	x	0,167	0,417
a_{11}	0,250	0,500	0,333	0,167	0,250	0,333	0,583	0,417	0,417	0,167	x	0,417
a_{12}	0,167	0,500	0,167	0,250	0,250	0,250	0,333	0,083	0,250	0,417	0,333	x

Показатели	Эксперты											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
a_1	7	6	10	6	9	4	8	8	6	10	5	7
a_2	6	5	4	5	6	7	6	5	4	6	2	5
a_3	5	4	4	3	5	7	2	3	3	4	3	6
a_4	8	8	7	5	5	8	10	8	7	8	6	5
a_5	6	3	3	4	3	5	4	2	5	3	1	8
a_6	3	7	6	5	4	1	4	6	7	5	2	6
a_7	2	3	5	2	7	5	6	6	4	4	1	6
a_8	3	4	5	6	5	7	2	1	6	8	3	4
a_9	2	3	8	2	4	5	7	6	3	4	5	2
a_{10}	5	6	3	1	8	6	5	2	1	2	4	6
a_{11}	4	5	7	6	3	8	1	3	4	6	6	3
a_{12}	8	7	6	7	9	10	9	9	10	5	8	5

[illegible]

Таблица 3.6 – Матрица несоответствия первого уровня (эксперты – руководители бизнес-структур)

A_i	A_j											
	a_1	a_2	a_3	a_4	a_5	a_6	a_7	a_8	a_9	a_{10}	a_{11}	a_{12}
a_1	x	0,250	0,250	0,333	0,083	0,083	0,083	0,250	0,083	0,167	0,333	0,500
a_2	0,500	x	0,083	0,333	0,250	0,250	0,083	0,167	0,333	0,167	0,333	0,500
a_3	0,500	0,333	x	0,667	0,167	0,333	0,333	0,333	0,417	0,250	0,250	0,583
a_4	0,333	0,083	0,083	x	0,250	0,083	0,167	0,083	0,083	0,250	0,083	0,333
a_5	0,583	0,250	0,167	0,500	x	0,333	0,333	0,417	0,417	0,417	0,417	0,583
a_6	0,417	0,500	0,500	0,583	0,333	x	0,333	0,500	0,333	0,417	0,583	0,750
a_7	0,500	0,333	0,250	0,500	0,333	0,333	x	0,333	0,333	0,250	0,417	0,583
a_8	0,583	0,333	0,167	0,667	0,333	0,417	0,417	x	0,417	0,250	0,250	0,667
a_9	0,500	0,333	0,333	0,500	0,500	0,333	0,333	0,333	x	0,333	0,333	0,583
a_{10}	0,667	0,333	0,167	0,500	0,333	0,500	0,333	0,500	0,417	x	0,417	0,750
a_{11}	0,583	0,417	0,250	0,750	0,417	0,250	0,417	0,167	0,500	0,417	x	0,667
a_{12}	0,417	0,083	0,083	0,250	0,250	0,083	0,083	0,250	0,167	0,083	0,083	x

Матрицы несоответствия второго и третьего уровня (эксперты – руководители бизнес-структур) представлены в Приложении Д (таблицы 3-4).

Таблица 3.7 – Экспертные оценки показателей (эксперты – представители некоммерческих организаций)

Показатели	Эксперты										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
a_1	7	5	3	6	9	2	7	5	4	7	3
a_2	8	4	5	6	3	4	2	1	5	4	4
a_3	2	1	6	2	3	4	5	2	3	6	2
a_4	2	3	4	7	5	3	5	3	2	5	3
a_5	5	4	2	5	8	6	5	8	2	3	7
a_6	1	6	10	4	2	1	4	6	1	5	6
a_7	3	5	2	6	3	5	2	7	6	1	5
a_8	6	8	1	9	4	7	3	4	7	10	8
a_9	9	7	6	4	8	10	6	9	4	5	7
a_{10}	7	6	7	8	5	2	7	5	3	5	8
a_{11}	4	5	2	1	4	6	6	2	5	6	4
a_{12}	10	7	9	5	7	9	9	8	9	4	8

Таблица 3.8 – Матрица соответствия (эксперты – представители некоммерческих организаций)

A_i	A_j											
	a_1	a_2	a_3	a_4	a_5	a_6	a_7	a_8	a_9	a_{10}	a_{11}	a_{12}
a_1	x	0,545	0,818	0,727	0,727	0,636	0,636	0,455	0,455	0,636	0,727	0,273
a_2	0,545	x	0,636	0,545	0,545	0,455	0,545	0,182	0,182	0,273	0,455	0,182
a_3	0,182	0,545	x	0,545	0,364	0,545	0,364	0,182	0,182	0,273	0,364	0,091
a_4	0,364	0,455	0,636	x	0,455	0,636	0,455	0,273	0,182	0,273	0,364	0,182
a_5	0,273	0,545	0,727	0,727	x	0,727	0,727	0,364	0,273	0,273	0,636	0,273
a_6	0,364	0,545	0,455	0,455	0,273	x	0,455	0,273	0,273	0,364	0,455	0,182
a_7	0,545	0,727	0,727	0,545	0,364	0,545	x	0,182	0,182	0,273	0,545	0,091
a_8	0,545	0,818	0,818	0,727	0,636	0,727	0,818	x	0,455	0,545	0,818	0,364
a_9	0,636	0,818	0,909	0,909	0,909	0,909	0,818	0,545	x	0,636	0,818	0,455
a_{10}	0,727	0,727	0,818	0,909	0,727	0,818	0,727	0,545	0,455	x	0,727	0,273
a_{11}	0,364	0,727	0,818	0,636	0,545	0,545	0,636	0,273	0,273	0,273	x	0,091
a_{12}	0,727	0,909	0,909	0,818	0,909	0,818	0,909	0,727	0,636	0,818	0,909	x

Таблица 3.9 – Матрица несоответствия первого уровня (эксперты – представители некоммерческих организаций)

A_i	A_j											
	a_1	a_2	a_3	a_4	a_5	a_6	a_7	a_8	a_9	a_{10}	a_{11}	a_{12}
a_1	x	0,167	0,250	0,167	0,333	0,583	0,250	0,417	0,667	0,417	0,333	0,583
a_2	0,500	x	0,250	0,250	0,583	0,417	0,500	0,500	0,667	0,417	0,333	0,583
a_3	0,500	0,500	x	0,417	0,500	0,417	0,417	0,583	0,583	0,500	0,333	0,667
a_4	0,417	0,500	0,167	x	0,417	0,500	0,333	0,417	0,583	0,417	0,250	0,667
a_5	0,333	0,250	0,333	0,167	x	0,667	0,333	0,583	0,333	0,417	0,250	0,583
a_6	0,583	0,583	0,250	0,250	0,500	x	0,417	0,500	0,750	0,500	0,417	0,750
a_7	0,500	0,417	0,417	0,333	0,417	0,667	x	0,750	0,500	0,417	0,417	0,583
a_8	0,417	0,333	0,417	0,250	0,333	0,750	0,250	x	0,417	0,500	0,250	0,667
a_9	0,167	0,167	0,083	0,250	0,083	0,333	0,167	0,417	x	0,333	0,083	0,417
a_{10}	0,333	0,167	0,167	0,083	0,333	0,250	0,250	0,417	0,667	x	0,333	0,583
a_{11}	0,417	0,417	0,333	0,500	0,500	0,667	0,417	0,667	0,583	0,583	x	0,583
a_{12}	0,250	0,083	0,167	0,167	0,083	0,083	0,083	0,500	0,083	0,250	0,167	x

Матрицы несоответствия второго и третьего уровня (эксперты – представители НКО) представлены в Приложении Д (таблицы 5-6).

4. Этап исследования множества альтернатив.

На данном этапе задаются уровни согласия и несогласия, с которыми сравниваются подсчитанные индексы для каждой пары альтернатив. Если индекс согласия выше заданного уровня, а индекс несогласия ниже, то одна из альтернатив превосходит другую. В противном случае альтернативы несравнимы. Из множества альтернатив удаляются доминируемые. Оставшиеся альтернативы образуют первое ядро. Альтернативы, входящие в ядро, могут быть либо эквивалентными, либо несравнимыми. Для дальнейшего анализа вводятся более «слабые» значения уровней согласия и несогласия (меньший по значению уровень согласия и больший уровень несогласия), при которых выделяются ядра с большим количеством альтернатив. В первое ядро входят наилучшие альтернативы. Последовательность ядер определяет упорядоченность альтернатив по качеству.

Исследование множества альтернатив по каждой группе экспертов представлено в таблицах 3.10 – 3.12. Анализ проводился по четырем значениям коэффициентов конкорданса и дискорданса с шагом 0,1.

Таблица 3.10 – Исследование альтернатив (эксперты – представители органов власти и управления)

Альтернативы	$d_1 \leq 0,1$	$d_2 \leq 0,2$	$d_3 \leq 0,3$	$d_4 \leq 0,4$
$c_1 \geq 0,9$	$a_7 > a_5$	$a_7 > a_5$	$a_7 > a_5$	$a_7 > a_5$
$c_2 \geq 0,8$	$a_2 > a_5;$ $a_7 > a_5$	$a_2 > a_5; a_2 > a_6;$ $a_7 > a_5; a_7 > a_8;$ $a_{12} > a_3$	$a_2 > a_5; a_2 > a_6; a_7 > a_5;$ $a_7 > a_8; a_{12} > a_3; a_{12} > a_4;$ $a_{12} > a_5$	$a_2 > a_3; a_2 > a_5; a_2 > a_6;$ $a_7 > a_5; a_7 > a_8; a_{12} > a_3;$ $a_{12} > a_4; a_{12} > a_5$
$c_3 \geq 0,7$	$a_2 > a_5;$ $a_7 > a_3;$ $a_7 > a_5;$ $a_{12} > a_8$	$a_1 > a_5; a_2 > a_5;$ $a_2 > a_6; a_2 > a_8;$ $a_7 > a_3; a_7 > a_5;$ $a_7 > a_8; a_{11} > a_4;$ $a_{12} > a_3; a_{12} > a_8$	$a_1 > a_5; a_2 > a_5; a_2 > a_6;$ $a_2 > a_8; a_3 > a_5; a_7 > a_3;$ $a_7 > a_5; a_7 > a_8; a_{11} > a_4;$ $a_{12} > a_3; a_{12} > a_4; a_{12} > a_5;$ $a_{12} > a_6; a_{12} > a_8; a_{12} > a_9$	$a_1 > a_5; a_2 > a_3; a_2 > a_5;$ $a_2 > a_6; a_2 > a_8; a_3 > a_5;$ $a_7 > a_3; a_7 > a_4; a_7 > a_5;$ $a_7 > a_8; a_{10} > a_8; a_{11} > a_4;$ $a_{12} > a_3; a_{12} > a_4; a_{12} > a_5;$ $a_{12} > a_6; a_{12} > a_8; a_{12} > a_9$

Продолжение таблицы 3.10

Альтернативы	$d_1 \leq 0,1$	$d_2 \leq 0,2$	$d_3 \leq 0,3$	$d_4 \leq 0,4$
$c_4 \geq 0,6$	$a_2 > a_5;$ $a_7 > a_3;$ $a_7 > a_5;$ $a_{12} > a_8$	$a_1 > a_5; a_2 > a_5;$ $a_2 > a_6; a_2 > a_8;$ $a_3 > a_8; a_7 > a_3;$ $a_7 > a_5; a_7 > a_8;$ $a_8 > a_4; a_{10} > a_4;$ $a_{10} > a_{11}; a_{11} > a_4;$ $a_{12} > a_1; a_{12} > a_3;$ $a_{12} > a_8$	$a_1 > a_5; a_2 > a_5; a_2 > a_6;$ $a_2 > a_8; a_3 > a_5; a_3 > a_6;$ $a_3 > a_8; a_4 > a_8; a_7 > a_3;$ $a_7 > a_5; a_7 > a_6; a_7 > a_8;$ $a_8 > a_4; a_{10} > a_4; a_{10} > a_6;$ $a_{10} > a_{11}; a_{11} > a_4; a_{12} > a_1;$ $a_{12} > a_3; a_{12} > a_4; a_{12} > a_5;$ $a_{12} > a_6; a_{12} > a_8; a_{12} > a_9$	$a_1 > a_5; a_2 > a_3; a_2 > a_5;$ $a_2 > a_6; a_2 > a_8; a_2 > a_{10};$ $a_2 > a_{12}; a_3 > a_4; a_3 > a_5;$ $a_3 > a_6; a_3 > a_8; a_4 > a_8;$ $a_7 > a_3; a_7 > a_4; a_7 > a_5;$ $a_7 > a_6; a_7 > a_8; a_8 > a_4;$ $a_8 > a_5; a_9 > a_5; a_{10} > a_4;$ $a_{10} > a_5; a_{10} > a_6; a_{10} > a_8;$ $a_{10} > a_{11}; a_{11} > a_4; a_{11} > a_6;$ $a_{12} > a_1; a_{12} > a_3; a_{12} > a_4;$ $a_{12} > a_5; a_{12} > a_6; a_{12} > a_8;$ $a_{12} > a_9; a_{12} > a_{11}$

Как видно из таблицы 3.10, при значении коэффициента конкорданса не менее 0,9 доминирует одна альтернатива: $a_7 > a_5$. При значении коэффициента конкорданса не менее 0,8 доминирование альтернатив становится чувствительно к изменению величины коэффициента дискорданса. При максимальном уровне $d_4 \leq 0,4$ выявлено следующее доминирование альтернатив (рисунок 3.5).

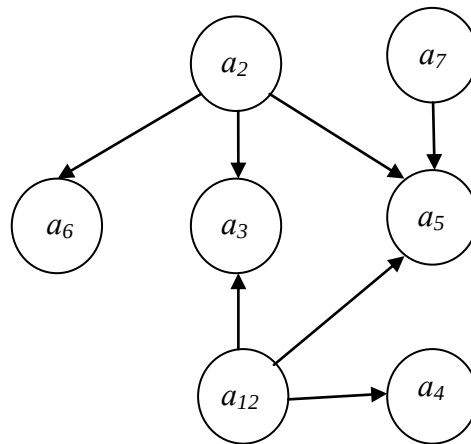


Рисунок 3.5 – Доминирование альтернатив в экспертной группе
представителей органов власти ($c_2 \geq 0,8, d_4 \leq 0,4$)

В данном случае ядро представлено факторами $a_1, a_8, a_9, a_{10}, a_{11}$. Столь значительное количество несравнимых объектов требует смягчения условий

согласия и несогласия. При значении коэффициента конкорданса не менее 0,7 ($c_3 \geq 0,7$) доминирование альтернатив изменится следующим образом (рисунок 3.6).

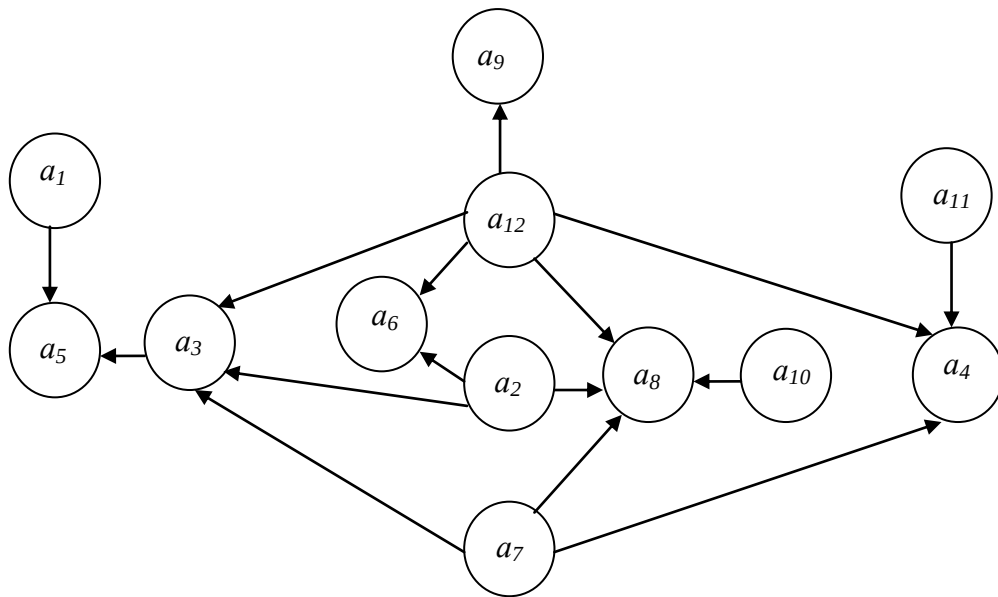


Рисунок 3.6 – Доминирование альтернатив в экспертной группе представителей органов власти ($c_2 \geq 0,7$, $d_4 \leq 0,4$)

Как видно из рисунка 3.6, в менее жестких условиях все альтернативы являются сравнимыми. При этом фактор a_{12} доминирует над шестью показателями (a_3 , a_4 , a_5 , a_6 , a_8 , a_9), факторы a_2 и a_7 доминируют над четырьмя показателями каждый, факторы a_1 , a_3 , a_{10} , a_{11} доминируют над одним показателем каждый, факторы a_4 , a_5 , a_6 , a_8 , a_9 не доминируют ни над одним из анализируемых показателей.

Таблица 3.11 – Исследование альтернатив (эксперты – руководители бизнес-структур)

Альтернативы	$d_1 \leq 0,1$	$d_2 \leq 0,2$	$d_3 \leq 0,3$	$d_4 \leq 0,4$
$c_1 \geq 0,9$	$a_1 > a_{10}$	$a_1 > a_{10}$	$a_1 > a_{10}$	$a_1 > a_{10}$
$c_2 \geq 0,8$	$a_1 > a_7$; $a_1 > a_{10}$; $a_4 > a_2$; $a_4 > a_9$	$a_1 > a_7$; $a_1 > a_{10}$; $a_4 > a_2$; $a_4 > a_7$; $a_4 > a_9$	$a_1 > a_7$; $a_1 > a_{10}$; $a_4 > a_2$; $a_4 > a_3$; $a_4 > a_7$; $a_4 > a_9$; $a_4 > a_{10}$; $a_{12} > a_{10}$	$a_1 > a_7$; $a_1 > a_{10}$; $a_4 > a_2$; $a_4 > a_3$; $a_4 > a_7$; $a_4 > a_9$; $a_4 > a_{10}$; $a_{12} > a_{10}$

Продолжение таблицы 3.11

Альтернативы	$d_1 \leq 0,1$	$d_2 \leq 0,2$	$d_3 \leq 0,3$	$d_4 \leq 0,4$
$c_3 \geq 0,7$	$a_1 > a_7;$ $a_1 > a_{10};$ $a_4 > a_2;$ $a_4 > a_9$	$a_1 > a_7; a_1 > a_9;$ $a_1 > a_{10}; a_4 > a_2;$ $a_4 > a_7; a_4 > a_9;$ $a_8 > a_3$	$a_1 > a_2; a_1 > a_3; a_1 > a_6;$ $a_1 > a_7; a_1 > a_9; a_1 > a_{10};$ $a_2 > a_3; a_4 > a_2; a_4 > a_3;$ $a_4 > a_7; a_4 > a_9; a_4 > a_{10};$ $a_8 > a_3; a_{12} > a_5; a_{12} > a_7;$ $a_{12} > a_9; a_{12} > a_{10}$	$a_1 > a_2; a_1 > a_3; a_1 > a_6;$ $a_1 > a_7; a_1 > a_9; a_1 > a_{10};$ $a_2 > a_3; a_2 > a_5; a_4 > a_2;$ $a_4 > a_3; a_4 > a_7; a_4 > a_9;$ $a_4 > a_{10}; a_6 > a_7; a_8 > a_3;$ $a_8 > a_7; a_9 > a_7; a_{12} > a_5;$ $a_{12} > a_7; a_{12} > a_9; a_{12} > a_{10}$
$c_4 \geq 0,6$	$a_1 > a_7;$ $a_1 > a_{10};$ $a_2 > a_7;$ $a_4 > a_2;$ $a_4 > a_9$	$a_1 > a_5; a_1 > a_7;$ $a_1 > a_9; a_1 > a_{10};$ $a_2 > a_7; a_2 > a_{10};$ $a_4 > a_2; a_4 > a_7;$ $a_4 > a_9; a_8 > a_3$	$a_1 > a_2; a_1 > a_3; a_1 > a_5;$ $a_1 > a_6; a_1 > a_7; a_1 > a_9;$ $a_1 > a_{10}; a_2 > a_3; a_2 > a_7;$ $a_2 > a_{10}; a_3 > a_{10}; a_4 > a_2;$ $a_4 > a_3; a_4 > a_7; a_4 > a_9;$ $a_4 > a_{10}; a_5 > a_{10}; a_7 > a_{10};$ $a_8 > a_3; a_{12} > a_5; a_{12} > a_6;$ $a_{12} > a_7; a_{12} > a_9; a_{12} > a_{10}$	$a_1 > a_2; a_1 > a_3; a_1 > a_5;$ $a_1 > a_6; a_1 > a_7; a_1 > a_9;$ $a_1 > a_{10}; a_2 > a_3; a_2 > a_5;$ $a_2 > a_7; a_2 > a_{10}; a_3 > a_7;$ $a_3 > a_{10}; a_4 > a_1; a_4 > a_2;$ $a_4 > a_3; a_4 > a_7; a_4 > a_9;$ $a_4 > a_{10}; a_5 > a_{10}; a_6 > a_7;$ $a_7 > a_{10}; a_8 > a_3; a_8 > a_7;$ $a_9 > a_7; a_9 > a_{10}; a_{12} > a_5;$ $a_{12} > a_6; a_{12} > a_7; a_{12} > a_9;$ $a_{12} > a_{10}$

Из таблицы 3.11 видно, что при значении коэффициента конкорданса не менее 0,9 доминирует одна альтернатива: $a_1 > a_{10}$. При значении коэффициента конкорданса не менее 0,8 доминирование альтернатив зависит от величины коэффициента дискорданса.

При максимальном уровне $d_4 \leq 0,4$ выявлено следующее доминирование альтернатив (рисунок 3.7).

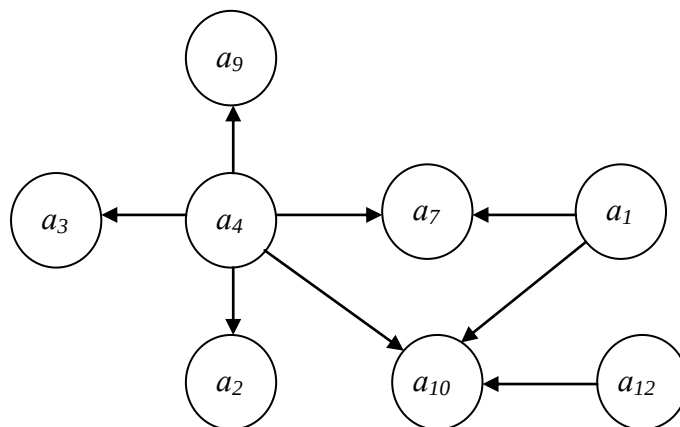


Рисунок 3.7 – Доминирование альтернатив в экспертной группе руководителей бизнес-структур ($c_2 \geq 0,8, d_4 \leq 0,4$)

Как видно из рисунка 3.7, при заданных ограничениях ядро представлено факторами a_5 , a_6 , a_8 , a_{11} . Наличие четырех несравнимых объектов требует смягчения условий согласия и несогласия. При значении коэффициента конкорданса не менее 0,7 ($c_3 \geq 0,7$) доминирование альтернатив изменится следующим образом (рисунок 3.8).

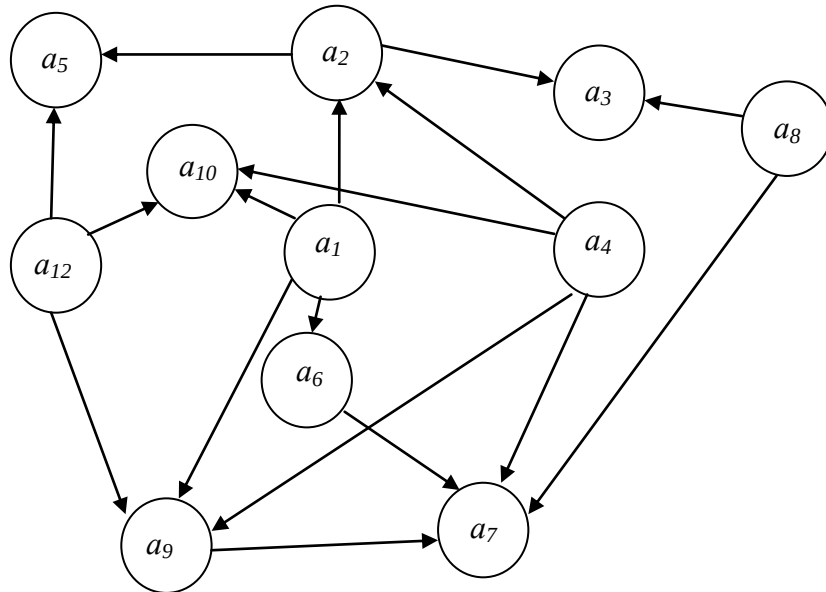


Рисунок 3.8 – Доминирование альтернатив в экспертной группе руководителей бизнес-структур ($c_2 \geq 0,7$, $d_4 \leq 0,4$)

Рисунок 3.8 демонстрирует, что при смягчении условий выбора практически все альтернативы являются сравнимыми. Ядро составляет показатель a_{11} . Фактор a_1 доминирует над шестью показателями (a_2 , a_3 , a_6 , a_7 , a_9 , a_{10}), фактор a_4 доминирует над пятью показателями (a_2 , a_3 , a_7 , a_9 , a_{10}), фактор a_{12} доминирует над тремя показателями (a_5 , a_9 , a_{10}), каждый из факторов a_2 и a_8 доминирует над двумя показателями, каждый из факторов a_6 и a_9 доминирует над одним показателем, а факторы a_3 , a_5 , a_7 , a_{10} не доминируют ни над одним из анализируемых показателей.

Таблица 3.12 – Исследование альтернатив (эксперты – представители НКО)

Альтер- нативы	$d_1 \leq 0,1$	$d_2 \leq 0,2$	$d_3 \leq 0,3$	$d_4 \leq 0,4$
$c_1 \geq 0,9$	$a_9 > a_3;$ $a_9 > a_5;$ $a_{10} > a_4;$ $a_{12} > a_2;$ $a_{12} > a_5;$ $a_{12} > a_7$	$a_9 > a_3; a_9 > a_5;$ $a_{10} > a_4; a_{12} > a_2;$ $a_{12} > a_3; a_{12} > a_5;$ $a_{12} > a_7; a_{12} > a_{11}$	$a_9 > a_3; a_9 > a_4; a_9 > a_5;$ $a_{10} > a_4; a_{12} > a_2; a_{12} > a_3;$ $a_{12} > a_5; a_{12} > a_7; a_{12} > a_{11}$	$a_9 > a_3; a_9 > a_4; a_9 > a_5;$ $a_9 > a_6; a_{10} > a_4; a_{12} > a_2;$ $a_{12} > a_3; a_{12} > a_5; a_{12} > a_7;$ $a_{12} > a_{11}$
$c_2 \geq 0,8$	$a_9 > a_3;$ $a_9 > a_5;$ $a_9 > a_{11};$ $a_{10} > a_4;$ $a_{12} > a_2;$ $a_{12} > a_5;$ $a_{12} > a_6;$ $a_{12} > a_7$	$a_9 > a_2; a_9 > a_3;$ $a_9 > a_5; a_9 > a_7;$ $a_9 > a_{11}; a_{10} > a_3;$ $a_{10} > a_4; a_{12} > a_2;$ $a_{12} > a_3; a_{12} > a_4;$ $a_{12} > a_5; a_{12} > a_6;$ $a_{12} > a_7; a_{12} > a_{11}$	$a_1 > a_3; a_8 > a_7; a_8 > a_{11};$ $a_9 > a_2; a_9 > a_3; a_9 > a_4;$ $a_9 > a_5; a_9 > a_7; a_9 > a_{11};$ $a_{10} > a_3; a_{10} > a_4; a_{10} > a_6;$ $a_{12} > a_2; a_{12} > a_3; a_{12} > a_4;$ $a_{12} > a_5; a_{12} > a_6; a_{12} > a_7;$ $a_{12} > a_{10}; a_{12} > a_{11}$	$a_1 > a_3; a_8 > a_2; a_8 > a_7;$ $a_8 > a_{11}; a_9 > a_2; a_9 > a_3;$ $a_9 > a_4; a_9 > a_5; a_9 > a_6;$ $a_9 > a_7; a_9 > a_{11}; a_{10} > a_3;$ $a_{10} > a_4; a_{10} > a_6; a_{11} > a_3;$ $a_{12} > a_2; a_{12} > a_3; a_{12} > a_4;$ $a_{12} > a_5; a_{12} > a_6; a_{12} > a_7;$ $a_{12} > a_{10}; a_{12} > a_{11}$
$c_3 \geq 0,7$	$a_9 > a_3;$ $a_9 > a_5;$ $a_9 > a_{11};$ $a_{10} > a_4;$ $a_{12} > a_2;$ $a_{12} > a_5;$ $a_{12} > a_6;$ $a_{12} > a_7$	$a_1 > a_4; a_5 > a_4;$ $a_9 > a_2; a_9 > a_3;$ $a_9 > a_5; a_9 > a_7;$ $a_9 > a_{11}; a_{10} > a_2;$ $a_{10} > a_3; a_{10} > a_4;$ $a_{12} > a_2; a_{12} > a_3;$ $a_{12} > a_4; a_{12} > a_5$ $a_{12} > a_6; a_{12} > a_7;$ $a_{12} > a_{11}$	$a_1 > a_3; a_1 > a_4; a_5 > a_4;$ $a_8 > a_4; a_8 > a_7; a_8 > a_{11};$ $a_9 > a_2; a_9 > a_3; a_9 > a_4;$ $a_9 > a_5; a_9 > a_7; a_9 > a_{11};$ $a_{10} > a_2; a_{10} > a_3; a_{10} > a_4;$ $a_{10} > a_6; a_{10} > a_7; a_{12} > a_1;$ $a_{12} > a_2; a_{12} > a_3; a_{12} > a_4;$ $a_{12} > a_5; a_{12} > a_6; a_{12} > a_7;$ $a_{12} > a_{10}; a_{12} > a_{11}$	$a_1 > a_3; a_1 > a_4; a_1 > a_5;$ $a_1 > a_{11}; a_5 > a_3; a_5 > a_4;$ $a_5 > a_7; a_8 > a_2; a_8 > a_4;$ $a_8 > a_7; a_8 > a_{11}; a_9 > a_2;$ $a_9 > a_3; a_9 > a_4; a_9 > a_5;$ $a_9 > a_6; a_9 > a_7; a_9 > a_{11};$ $a_{10} > a_1; a_{10} > a_2; a_{10} > a_3;$ $a_{10} > a_4; a_{10} > a_5; a_{10} > a_6;$ $a_{10} > a_7; a_{10} > a_{11}; a_{11} > a_3;$ $a_{12} > a_1; a_{12} > a_2; a_{12} > a_3;$ $a_{12} > a_4; a_{12} > a_5; a_{12} > a_6;$ $a_{12} > a_7; a_{12} > a_{10}; a_{12} > a_{11}$
$c_4 \geq 0,6$	$a_9 > a_3;$ $a_9 > a_5;$ $a_9 > a_{11};$ $a_{10} > a_4;$ $a_{12} > a_2;$ $a_{12} > a_5;$ $a_{12} > a_6;$ $a_{12} > a_7;$ $a_{12} > a_9$	$a_1 > a_4; a_4 > a_3;$ $a_5 > a_4; a_9 > a_1;$ $a_9 > a_2; a_9 > a_3;$ $a_9 > a_5; a_9 > a_7;$ $a_9 > a_{11}; a_{10} > a_2;$ $a_{10} > a_3; a_{10} > a_4;$ $a_{12} > a_2; a_{12} > a_3;$ $a_{12} > a_4; a_{12} > a_5$ $a_{12} > a_6; a_{12} > a_7;$ $a_{12} > a_9; a_{12} > a_{11}$	$a_1 > a_3; a_1 > a_4; a_1 > a_7;$ $a_2 > a_3; a_4 > a_3; a_5 > a_4;$ $a_5 > a_{11}; a_8 > a_4; a_8 > a_7;$ $a_8 > a_{11}; a_9 > a_1; a_9 > a_2;$ $a_9 > a_3; a_9 > a_4; a_9 > a_5;$ $a_9 > a_7; a_9 > a_{11}; a_{10} > a_2;$ $a_{10} > a_3; a_{10} > a_4; a_{10} > a_6;$ $a_{10} > a_7; a_{12} > a_1; a_{12} > a_2;$ $a_{12} > a_3; a_{12} > a_4; a_{12} > a_5$ $a_{12} > a_6; a_{12} > a_7; a_{12} > a_9;$ $a_{12} > a_{10}; a_{12} > a_{11}$	$a_1 > a_3; a_1 > a_4; a_1 > a_5;$ $a_1 > a_7; a_1 > a_{11}; a_2 > a_3;$ $a_4 > a_3; a_5 > a_3; a_5 > a_4;$ $a_5 > a_7; a_5 > a_{11}; a_8 > a_2;$ $a_8 > a_4; a_8 > a_5; a_8 > a_7;$ $a_8 > a_{11}; a_9 > a_1; a_9 > a_2;$ $a_9 > a_3; a_9 > a_4; a_9 > a_5;$ $a_9 > a_6; a_9 > a_7; a_9 > a_{10};$ $a_9 > a_{11}; a_{10} > a_1; a_{10} > a_2;$ $a_{10} > a_3; a_{10} > a_4; a_{10} > a_5;$ $a_{10} > a_6; a_{10} > a_7; a_{10} > a_{11};$ $a_{11} > a_3; a_{12} > a_1; a_{12} > a_2;$ $a_{12} > a_3; a_{12} > a_4; a_{12} > a_5;$ $a_{12} > a_6; a_{12} > a_7; a_{12} > a_9;$ $a_{12} > a_{10}; a_{12} > a_{11}$

Из представленной таблицы 3.12 видно, что при значении коэффициента конкорданса $c_1 \geq 0,9$ при различных значениях коэффициента дискорданса доминирует от шести (при $d_1 \leq 0,1$) до десяти (при $d_4 \leq 0,4$)

альтернатив. При снижении коэффициента конкорданса до $c_2 \geq 0,8$ число доминирующих альтернатив возрастает. При $d_4 \leq 0,4$ выявлено следующее доминирование альтернатив (рисунок 3.9).

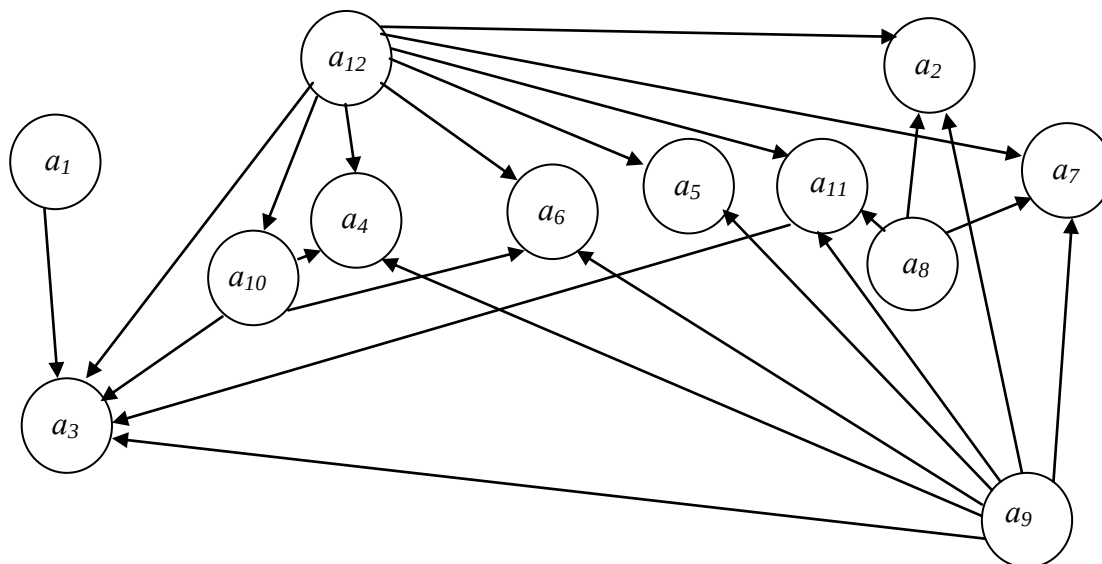


Рисунок 3.9 – Доминирование альтернатив в экспертной группе представителей НКО ($c_2 \geq 0,8$, $d_4 \leq 0,4$)

Как видно из рисунка 3.9, при заданных ограничениях доминирование альтернатив установлено. Фактор a_{12} доминирует над восемью показателями ($a_2, a_3, a_4, a_5, a_6, a_7, a_{10}, a_{11}$), фактор a_9 доминирует над семью показателями ($a_2, a_3, a_4, a_5, a_6, a_7, a_{11}$), каждый из факторов a_8 и a_{10} доминирует над тремя показателями, каждый из факторов a_1 и a_{11} доминирует над одним показателем, а факторы $a_2, a_3, a_4, a_5, a_6, a_7$ не доминируют ни над одним из анализируемых показателей.

Обобщение полученных результатов исследования позволило выделить наиболее значимые факторы, обеспечивающие качество социального партнерства, с точки зрения каждой из групп экспертов.

Представители органов власти и управления установили следующие приоритеты среди исследуемых качественных характеристик социального партнерства:

- 1) системный подход к организации социального партнерства;

- 2) консолидация усилий (совместные действия партнеров);
- 3) институционализация партнерских отношений;
- 4) заинтересованность сторон в совместном решении проблем, взаимоприемлемый учет и контроль интересов, наличие гражданского общества, а также количество коммуникаций.

Остальные факторы признаны представителями данной группы экспертов равнозначными.

Руководители бизнес-структур считают, что приоритеты между качественными характеристиками социального партнерства необходимо установить следующим образом:

- 1) заинтересованность сторон в совместном решении проблем;
- 2) четкие цели, задачи и правила сотрудничества;
- 3) системный подход к организации социального партнерства;
- 4) поддержка партнерства со стороны государства;
- 5) консолидация усилий (совместные действия партнеров);
- 6) совместное использование информации, а также уровень и качество жизни населения.

Представители некоммерческих организаций, отражающих интересы населения, считают, что наиболее значимыми факторами, обеспечивающими успех социального партнерства, являются:

- 1) системный подход к организации социального партнерства;
- 2) уровень и качество жизни населения;
- 3) наличие гражданского общества;
- 4) поддержка партнерства со стороны государства;
- 5) заинтересованность сторон в совместном решении проблем, а также количество коммуникаций;

6) консолидация усилий (совместные действия партнеров), взаимоприемлемый учет и контроль интересов, четкие цели, задачи и правила сотрудничества, продолжительность отношений, совместное использование информации и институционализация партнерских отношений.

Проведенный анализ выявил рассогласование в восприятии значимости факторов, определяющих качество социального партнерства, представителями органов власти и управления, руководителями бизнес-структур и представителями общественности. Однако все три группы экспертов в качестве важного фактора выделили системный подход к организации социального партнерства. Среди других совместно выявленных экспертами приоритетов можно назвать такие как консолидация усилий (совместные действия партнеров), а также заинтересованность сторон в совместном решении проблем.

Противоречивость представлений участников социального партнерства о приоритетных факторах его качественного развития, а также выявленная значимость системности партнерских отношений и консолидации усилий всех взаимодействующих сторон, обуславливают необходимость и целесообразность построения эффективной системы социального партнерства, формируемой на основе долгосрочных связей и институтов.

Основой системы социального партнерства выступают:

- признание необходимости существования в обществе разных социальных групп со своими специфическими функциями, с различными интересами, способными порождать социо-эколого-экономические конфликты;
- признание возможности разрешать эти конфликты путем достижения взаимоприемлемого компромисса, отвечающего перспективным задачам общественного развития.

Система социального партнерства включает в себя следующие элементы: цели, задачи, принципы, стороны, уровни, формы и механизмы функционирования.

Основной целью социального партнерства является разработка и реализация социо-эколого-экономической политики, основанной на сбалансированности интересов общества, бизнес-структур и государства.

Важнейшей задачей социального партнерства является разграничение

интересов различных стейкхолдеров и разработка механизмов их согласования и реализации. Партнерство должно способствовать выработке таких договоренностей, которые позволяют удовлетворять интересы всех сторон, достигать компромисса, способного установить социальный мир в стране в целом.

Система социального партнерства создается для выполнения следующих основных задач:

- обеспечение социально ориентированной политики экономических преобразований;
- обеспечение эффективного механизма регулирования социально-экономических отношений;
- обеспечение стабильности общества на основе объективного учета интересов всех его слоев;
- проведение коллективных переговоров, взаимных консультаций сторон соглашений;
- совершенствование законодательства в установленном порядке;
- разработка и заключение соглашений, коллективных договоров в соответствии с законодательством Российской Федерации и настоящим Законом;
- предотвращение социо-эколого-экономических противоречий и содействие разрешению конфликтов.

Эффективность диалога участников социального партнерства зависит не только от их желания совместно решать социо-эколого-экономические проблемы общества, но и от того, на каких принципах основывается их сотрудничество. Автор выделяет следующие принципы социального партнерства:

- уважение и учет интересов участников переговоров;
- заинтересованность договаривающихся сторон в участии в договорных отношениях;
- содействие государства укреплению и развитию социального

партнерства на демократической основе;

- соблюдение социальными партнерами и их представителями международных норм, законодательства Российской Федерации и отдельных регионов;

- полномочность социальных партнеров и их представителей;
- равноправие сторон и доверие в отношениях;
- свобода выбора и обсуждения вопросов, входящих в сферу социального партнерства;

- добровольность принятия обязательств социальными партнерами на основе взаимного согласования;

- регулярность проведения консультаций и переговоров по вопросам, входящим в сферу социального партнерства;

- реальность обеспечения принятых социальными партнерами обязательств;

- обязательность исполнения достигнутых договоренностей;

- систематичность контроля за выполнением принятых в рамках социального партнерства соглашений, договоров и решений;

- ответственность сторон, их представителей, должностных и иных лиц за невыполнение по их вине принятых обязательств, соглашений, договоров, решений.

Соблюдение предлагаемых принципов, на наш взгляд, обеспечит максимально эффективное взаимодействие органов власти, предпринимательских структур и населения в системе социального партнерства.

Осуществление описанной модели социального партнерства на практике позволяет выделить ряд ключевых условий, реализация которых с опорой на соответствующие законоположения может служить базой для повышения эффективности механизма социального партнерства в России в целом. Среди них можно выделить следующие:

1. Для органов власти стратегическим направлением должно стать

понимание необходимости ответственного и равноправного диалога с профсоюзами и работодателями; для работодателей – готовность изменения мотивации объединений и создание внутренней системы ответственности друг перед другом и партнерами; для профсоюзов – выработка механизмов реального выражения и защиты интересов работников, расширения членской базы.

2. Профсоюзы должны в совершенстве владеть организацией массовых акций протеста, забастовки, отстаивать интересы работников в судах с участием соответствующих специалистов.

3. Важным условием эффективности социального партнерства является информационно-аналитическое обеспечения функционирования системы партнерства: обеспечение полной информации о деятельности органов системы социального партнерства «сверху вниз» и «снизу вверх», отбор, доведение до организаций передового опыта социального партнерства на различных его уровнях.

4. Законодательно закрепить за всеми предприятиями обязательство по заключению коллективных договоров.

5. Внесение поправок в существующую систему налогообложения, которая позволит: снизить налоговую нагрузку на субъекты бизнеса, увеличить объемы налоговых поступлений в бюджет за счет привлечения к уплате единого налога недобросовестных налогоплательщиков.

6. Предусмотреть налоговые послабления и преференции предпринимателям при официальной регистрации работников.

7. Законодательно установить для всех органов системы социального партнерства механизм обязательного исполнения принятых договоренностей.

8. Определить и законодательно закрепить структуру организационного построения.

9. Рассмотреть вопрос о передаче Трехсторонней комиссии права законодательной инициативы по регулированию социально-трудовых отношений, в т.ч. в малом бизнесе.

10. Союзам предпринимателей создавать фонды взаимопомощи для выделения кредитов на реализацию перспективных проектов.

11. Содействовать созданию специализированной банковской системы, нацеленной на обслуживание нужд малого бизнеса.

Формирование системы социального партнерства, позволит в условиях российской экономики установить и развить диалог государства, малого, среднего и крупного бизнеса и населения, а также создаст необходимые условия для оздоровления и развития экономики страны в целом.

Социальное партнерство представляет собой важнейший институт, обеспечивающий предотвращение или мирное разрешение социальных конфликтов, служащий гарантией социального согласия и прогресса общества. Изучение и анализ институциональных основ формирования социального партнерства в современной российской экономике позволят в свою очередь разработать целостную систему рекомендаций в области развития социального партнерства в России.

3.3 Проблемы и противоречия процесса институционализации системы социального партнерства в Российской Федерации

В межсекторном взаимодействии власть, бизнес и население могут занимать как сходные, так и различные позиции. Нередко они представляют различные группы интересов и выступают в виде групп давления, в результате чего возникает дискретное пространство. Однако взаимоотношения между ними всегда имеют две составляющих: объективную и субъективную. Объективная – это, прежде всего, ориентация на результат, и если он достигнут, его следует рассматривать как ресурс для использования в дальнейшем. Субъективная – устойчивый мотив для сознательного закрепления результата в системе социального партнерства. В

отношениях проявляется новая целостность, некое пространство согласия, где действия участников взаимно дополняют друг друга. И эта новая целостность порождает адекватные ей нормы, ценности, цели, средства и возможности.

Таким образом, социальное партнерство превращает дискретное пространство в организационные поля устойчивых отношений, которые, так или иначе, институционализируются.

Институциональность понимается как выполнение регламентированных (от традиционных и морально-императивных до легитимных и нормативных актов) и безличных функций для удовлетворения важнейших потребностей и регулирования социального поведения. Безличный характер институциональности требует от любого участника социального партнерства предсказуемого и однозначного поведения, иначе общее для партнеров поле будет разрушено.

Дж. Коммонс писал: «Для определения сферы применения так называемой институциональной экономики сложность заключается в неопределенности значения слова «институт»» [240]. Согласно преобладающему в настоящее время в научном экономическом сообществе пониманию, сущность института сводится к правилам поведения, которые структурируют и организуют взаимоотношения между людьми.

Институты, по общему определению Д. Норта, есть «правила игры» в обществе, или «созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми» [77]. Они состоят из формальных правил, неформальных средств регулирования деятельности и особенностей последствий неисполнения (механизмов, обеспечивающих выполнение правил).

Под каким-либо конкретным институтом целесообразно понимать набор правил взаимодействия людей, относящихся к вполне определенной деятельности, которая этими правилами регулируется. Если говорить о современных обществах, то практически все виды деятельности

регулируются формальными и неформальными правилами. Так что практически любой институт есть набор формальных и неформальных правил. Причем важнейшими формальными правилами в современных обществах являются законодательные акты. Неформальные – это совокупность соглашений, правил поведения и норм, которыми руководствуется сама личность. Последствия неисполнения бывают трех видов: первые – возложенное на самого себя, вторые – репрессалии, третий вид варьируется от давления со стороны членов своего круга до давления на государственном уровне [61].

Институциональные преобразования происходят достаточно медленно. Наибольшую сложность в системе институциональных связей представляют неформальные институты, нерегламентированные в документах правилами и профессиональными кодексами поведения. Особенно консервативны неформальные институты, связанные с изменением сознания людей, но именно они создают легитимную основу для действия законов.

Социальное партнерство мы рассматриваем как особый вид социально-экономического института. Как экономический институт социальное партнерство предстает в виде правил и ограничений экономического поведения. Принципы и критерии социального партнерства должны быть институционализированы посредством введения их в соответствующие нормативно-правовые акты и неформальные конвенциональные нормы, регулирующие экономические отношения, и создания институционального механизма их реализации. Под принципами социального партнерства мы понимаем те исходные положения, правила и установки, которыми необходимо руководствоваться при создании условий и механизмов достижения его целей, а под критериями – признаки, на основе которых производится оценка успеха партнерства, а также последствий от несоблюдения его принципов.

В современной России институциональные основы социального партнерства необходимо формировать параллельно по двум направлениям.

Содержанием первого направления должно стать развитие институциональных основ свободного ассоциирования; второе направление должно быть нацелено на развитие институциональных основ трипартизма. Это позволит в перспективе сформировать систему социального партнерства, адекватную социальной рыночной экономике (рисунок 3.10).



Рисунок 3.10 – Институциональные основы социального партнерства

Среди основных мер, необходимых для развития свободного ассоциирования в России, можно назвать следующие.

1. Расширение полномочий и сферы ответственности институтов местного самоуправления (что требует преодоления нежелания центральной власти лишаться части полномочий и финансовых ресурсов).

2. Создание институциональных оснований обособления региональных элит от бюрократии.

3. Выработка законодательных, методических и организационных оснований изменения методов работы местных бюрократических элит (для обеспечения замены командных методов воздействия партнерскими).

4. Формирование системы хозяйства и создание институтов, обеспечивающих экономически независимые и диверсифицированные источники доходов (позволяют реализовать идеологию свободного предпринимательства и ассоциирования).

5. Развитие институтов, обеспечивающих реализацию идеологии и отношений прав собственности, демаркацию и спецификацию общественной (государственной) и частной собственности, поддерживающих контрактную дисциплину.

6. Формирование институтов публичной экономики и политики (институт «общественной бухгалтерии», многомерная инфраструктура массовой информации, сеть благотворительных фондов и неприбыльных организаций, сеть независимых исследовательских и аналитических организаций, институт саморегулирующихся и независимых от государства профессий).

7. Формирование индустрии менеджмента, обслуживающей процессы профессионализации и развития управленческой деятельности.

8. Формирование сети агентств и служб инноваций в сфере партнерства, исследований и развития института партнерства.

Положительное влияние на наполнение указанных оснований свободного ассоциирования реальной деятельностью могло бы сыграть принятие обществом (и в первую очередь экономической и управленческой элитой) концепции служения, предполагающей, что лидер должен быть прежде всего слугой общества, заботиться не столько о личной выгоде, сколько о выгоде общества. Идея служения не нова. Она присутствует еще в работе Г. Форда «Моя жизнь, мои достижения». Правительство и

бизнесменов Форд рассматривает как слуг народа, призванных улучшать его жизнь [118]. Однако то, что концепция служения связана с психологическими характеристиками людей, которые в принципе неоднородны, ставит под вопрос возможность принятия данной стратегии поведения всеми представителями экономической, политической и управленческой верхушки (по крайней мере, в современном обществе).

Следует добавить, что наполнение институциональных оснований свободного ассоциирования партнерским содержанием требует снижения степени недовольства большей части населения и преодоление социальной апатии, невозможные без повышения доходов большей части населения.

Несложно предсказать, что формирование институциональных оснований свободного ассоциирования столкнется в трансформационной экономике с жестким противодействием тех, кто обладает властью, капиталом и пользуется широкими возможностями их приумножения в рамках существующей институциональной структуры.

В России уже создан ряд институциональных основ трипартизма, однако по-прежнему актуальны проблемы становления сторон социально-трудовых отношений, развития их представительских органов и наделения представителей наемных работников реальными полномочиями, обеспеченными механизмами реализации. Следует разработать более действенный механизм участия социальных партнеров в разработке и реализации государственной экономической и социальной политики.

Необходимо акцентировать внимание на том, что главным условием наполнения институциональных оснований трипартизма реальным содержанием является выравнивание социальных сил труда и капитала и резкое ограничение дифференциации доходов и масштабов бедности, снижающее степень недовольства большей части населения (что увязывается с первым направлением формирования социального партнерства).

Социальную силу и ее влияние на распределение доходов затрагивал еще в начале XX века М. Туган-Барановский [44]. В современных условиях,

однако, вопросу выравнивания социальных сил не уделяется должного внимания. Именно в неравенстве социальных сил заключается причина того, что достаточно развитые институциональные основания трипартизма не наполняются в России реальным содержанием.

Обеспечение условий выравнивания социальных сил в России должно пойти по двум основным направлениям:

- 1) Снижение социального неравенства в обществе;
- 2) Сглаживание противоречий между трудом и капиталом.

Первое направление предполагает выравнивание социальной силы всех членов общества, безотносительно к каким-либо характеристикам социального или экономического характера. Оно в равной степени затрагивает всех членов общества. В соответствии с данным направлением выравнивания социальных сил в России необходимо: обеспечить всем членам общества действительно равные политические права и свободы; предоставить социальную защиту наиболее социально уязвимым членам общества; обеспечить выравнивание стартовых возможностей в экономической деятельности; содействовать диверсификации факторных источников получения доходов.

Поскольку есть основные линии борьбы социальных сил, необходимо дополнительно уделять внимание выравниванию социальных сил по этим направлениям. Обособленность факторных доходов, имеющая место в рыночной экономике, становится фактором, формирующим четыре относительно обособленные группы интересов. Поэтому назначение второго направления выравнивания социальных сил – обеспечить отсутствие угнетенных факторов производства, то есть факторов производства, экономический вклад которых присваивается владельцами других факторов производства за счет использования своей социальной силы.

В трансформационной экономике угнетенным фактором производства является труд и отчасти земля. Увеличение социальной силы наемных работников может быть двух типов: индивидуальное (увеличение

социальной силы отдельного работника) и коллективное (увеличение социальной силы работников за счет их объединения).

Индивидуальное повышение социальной силы наемных работников нецелесообразно производить за счет усиления пассивной социальной защиты (увеличения пособий). Это обусловлено развитостью в России неформальной занятости. Многие из официально безработных будут получать необоснованную помощь, кроме того, большие пособия будут стимулировать развитие института неформальной занятости. Вместо этого необходимо снижать зависимость работника от работодателя за счет расширения его возможностей по смене работы и переквалификации.

Коллективное увеличение социальной силы наемных работников предполагает, прежде всего, усиление роли института профсоюзов. Именно коллективное увеличение социальной силы наемных работников представляется отвечающим современным реалиям, поскольку высокая степень социальной защищенности наемных работников не может быть достигнута в России в современных условиях.

Ситуация в сельском хозяйстве – особенно тяжелая и потому заслуживает отдельного рассмотрения. Если владельцы капитала имеют возможность перевести его в другие сферы деятельности, предприниматели могут повысить свои доходы за счет усиленной эксплуатации владельцев труда и земли, то положение последних двух особенно тяжелое.

Для обеспечения достойных доходов владельцам всех факторов производства, участвующих в сельскохозяйственном производстве, необходимы государственные закупки сельскохозяйственных товаров по фиксированным ценам, обеспечивающим сельскохозяйственным товаропроизводителям нормальную прибыль.

Следует повысить доступность кредитов для сельскохозяйственных производителей (причем решение этой проблемы находится скорее в области борьбы с коррупцией при выделении и распределении кредитов). Необходимо также повышение покупательной способности населения и

борьба с иностранными конкурентами (лежащая в области борьбы с контрабандой и демпингом). Государство должно поддерживать отечественных производителей на зарубежных рынках. Важно также обеспечить соблюдение требований трудового законодательства.

Для обоих направлений развития социального партнерства важна деятельность государства, направленная на развитие нормативно-правовой базы, поддержку конструктивных форм предпринимательства и перспективных форм коммуникации, помогающих населению осваивать наиболее конструктивные и инициативные социальные роли, в частности, социальных партнеров [80].

Эффективная реализация изложенных положений на практике требует предварительного осуществления ряда мероприятий:

- 1) Политического и экономического ослабления элитных групп, заинтересованных в сохранении прежнего порядка и располагающих достаточными властными и финансовыми ресурсами для «размывания» любых формальных регуляторов.

- 2) Унификации законодательного пространства, устранения противоречий между нормами и процедурами, действующими в разных звеньях и на разных уровнях правовой и административной системы.

- 3) Сокращения числа и упрощения содержания формальных ограничений, а также снижение издержек, связанных с их соблюдением.

- 4) Ужесточения санкций за нарушение законов и контрактных установлений.

Для успешного формирования институциональных основ социального партнерства необходимо избежать институциональных ловушек – так называемых неэффективных институтов. Для этого следует, в частности, предпринимать усилия по прогнозированию. Допустимо применение промежуточных институтов для обеспечения плавности перехода, однако крайне важно заранее предусмотреть механизм демонтажа такого института. Необходимо обеспечить разнообразие институциональных форм, поскольку

не всегда понятно, какую именно роль играет тот или иной институт в поддержании институционального равновесия и далеко не всегда существует возможность спрогнозировать эффективность той или иной нормы в долгосрочной перспективе. Чем богаче набор институтов, тем больше возможностей для выхода из институциональных ловушек. Важно также обеспечить соответствие институциональных оснований социального партнерства нашей культурной специфике.

Институт социального партнерства должен стать одним из наиболее важных социально-экономических институтов в России. Воздействие этого института имеет всеобщий характер. Для его обеспечения необходимо разработать соответствующий институциональный механизм. В первую очередь необходимо определить агентов социального партнерства как института и дифференцировать их функциональные роли. На наш взгляд, существующая классификация агентов институционализации справедлива и для социального партнерства. Поэтому по отношению к процессу институционализации социального партнерства предложено выделять следующих агентов [33]:

- адаптеров – субъектов, способных воспринимать общественные ощущения, связанные с потребностью в новом институте;
- инициаторов – субъектов, активно участвующих в создании данного института;
- прозелитов – горячих сторонников введения и распространения новой нормы;
- пропагандистов – приверженцев данного института, активно распространяющих позитивную информацию о нем;
- дистрибьюторов – лиц, помогающих распространению данной нормы, адаптации к ней, предоставляющих необходимую информацию, личный и обобщенный опыт ее применения;
- контролеров – лиц, ведущих мониторинг процесса функционирования и распространения института и реагирующих на

нарушения данной нормы.

Государство, несомненно, должно быть инициатором институционализации социального партнерства. Однако без тесного взаимодействия с бизнесом и обществом как ближайшими партнерами миссия государства окажется невыполнима. Доверие как необходимое условие такого взаимодействия определяется степенью консолидации бизнеса, государства и общества.

Роли прозелитов и пропагандистов действительно могут и должны сыграть некоммерческие организации и региональные элиты.

Роль предпринимателей как дистрибьюторов (распространителей) прогрессивных форм социального партнерства чрезвычайно важна. Ключевым звеном в данной связи нам представляется не столько поведение отдельных региональных элит, сколько осуществление системных преобразований на уровне основного производственного звена – предприятия. Именно на предприятиях могут родиться и укорениться благотворные для страны институты консолидации (в том числе менеджмента, персонала, акционеров). Государство и НКО незаменимы в качестве контролеров.

Дополнительная сложность при институционализации социального партнерства возникает в связи с тем, что экономические институты социального партнерства разделены по уровню их функционирования в экономике страны: макроэкономические, мезоэкономические и микроэкономические. К макроэкономическим институтам относятся федеральные законы, общенациональные и общегосударственные обычаи и традиции, ментальность населения, а также федеральные организационные структуры, обеспечивающие реализацию институциональных факторов эффективного и устойчивого социально-экономического развития страны. На уровне регионов действуют мезоэкономические институты – региональные законы и законодательные акты; региональные и субрегиональные обычаи, традиции и ментальность населения; организационные структуры и

институты, способствующие реализации институциональных факторов в экономике региона. На уровне бизнес-структур выделяются микроэкономические институты: сложившаяся структура организационно-правовых форм предпринимательства, культура и система контрактных отношений с партнерами по бизнесу, а также внутрикорпоративные и внутрифирменные институты, такие как распорядок дня, режимы труда и отдыха, должностные обязанности и т.д. [79]

В итоге, следует признать, что уровень развития института социального партнерства в России пока остается низким. Существует ряд проблем, которые в настоящее время довольно остро стоят на повестке дня.

Проблема ответственности сторон за принятые обязательства является одной из самых острых проблем социального партнерства, характерных для России. Говоря о современном состоянии социального партнерства, председатель одного из Российских объединений работодателей В.Колмогоров подчеркнул: «Трехсторонняя комиссия – иллюзия, если смотреть на результаты реализации решений комиссии, и не иллюзия, если смотреть на процесс работы и подготавливаемые решения» [53]. Другими словами, есть процесс, но нет результата. Подобное мнение складывается при рассмотрении деятельности совместных комиссий по подготовке колдоговоров (на предприятиях) и соглашений (на региональном и федеральном уровнях); в ходе колдоговорных кампаний и при подготовке соглашений происходит множество встреч и дискуссий, в ходе которых происходит взаимное выяснение позиций и согласование интересов сторон. Данный процесс может быть смело охарактеризован как социальный диалог. Однако социальный диалог не находит своего завершения в социальном партнерстве по причине невыполнения подписанных соглашений работодателями и правительственной стороной.

Также характерным моментом является то, что, несмотря на значительное число законов, и подзаконных актов, как на уровне федерации, так и в регионах абсолютное большинство участников социального

партнерства отмечают непроработанность законодательной базы. Бессистемное принятие законов никоим образом не способствовало оптимизации институтов социального партнерства. А отсутствие в них конкретных полномочий и ответственности еще более усугубляет ситуацию.

Можно отметить и признаки отстраненности ассоциаций представителей работодателей от регулирования социально-трудовых отношений. Работодатели следующим образом объясняют свое не очень активное включение в систему социального партнерства: «Нужно, чтобы союз работодателей не исправлял последствия чужих решений, а принимал участие в их подготовке» [21]. Работодателей всех уровней отпугивает возлагаемая на них в рамках трехсторонних комиссий ответственность без реального права на принятие жизненно важных решений.

Профсоюзы в настоящее время продолжают выполнять лишь преимущественно распределительные функции и практически отсутствуют на предприятиях малого и среднего бизнеса. В случае возникновения кризисных явлений в экономике остается высокой опасность возникновения массовой безработицы: так, коллективные договоры заключены не более чем на 65% отечественных предприятий.

Таким образом, можно говорить, что в общих чертах сформировалась «российская модель социального партнерства». Эта модель является плодом как социально-культурного наследия предшествующей эпохи, так и формирующихся реалий экономики рыночного типа. Современная практика коллективно-договорного регулирования трудовых отношений нуждается в совершенствовании всех составляющих элементов, в том числе, формальных и неформальных институтов регулирования.

Институционализация социального партнерства – процесс длительный, но необходимый при формировании гражданского общества, который усложняется тем, что Россия является федеративным государством с широкой автономией субъектов Федерации и местных органов власти. Каждый административный уровень имеет свою собственность,

законодательство, нормативную базу, что осложняет реализацию партнерских программ в тех формах партнерства, которые затрагивают интересы всех уровней власти и слоев общества. Это вызывает необходимость обеспечивать разграничение компетенций федерального центра, региональных и местных органов власти. Если на федеральном уровне и в регионах партнерство оформлено законами и созданием трехсторонних комиссий, то на муниципальном уровне этот процесс только начинается.

Главной проблемой регионального сотрудничества остается организационная слабость объединений предпринимателей. К сожалению, ни одно из них еще не может выступать от лица заметного большинства бизнес-структур региона. В результате невозможно точно оценить вклад конкретного объединения или отдельного работодателя в социальное партнерство, что снижает значимость достигнутых договоренностей. Основным критерием оценки их деятельности остаются общие данные статистики, которые, как правило, не достаточно полны.

Эффективность функционирования системы социального партнерства в России находится на низком уровне. Требуется дополнительная проработка законодательной и нормативной базы, возможно, даже усиление регулирующих функций государства в вопросах заработной платы. Работодателям на основе данных изменений необходимо менять подход к социальному партнерству, в большей степени брать на себя обязательства и ответственность по ним (с учетом появившихся полномочий).

Оценка эффективности социального партнерства в настоящее время является одним из наиболее актуальных вопросов, стоящих перед исследователями. С одной стороны при социальном партнерстве не стоит целью достижение экономического эффекта, с другой – в процессе диалога партнеры достигают согласия по ряду вопросов, которые в результате косвенно влияют и на экономические составляющие.

Зарубежные исследования свидетельствуют, что увеличение социальной ценности компании на один пункт ведет к улучшению репутации на 0,55 пункта, в то время как увеличение экономической ценности на тот же пункт повышает репутацию только на 0,32 пункта. Таким образом, социальные показатели по сравнению с экономическими оказывают почти вдвое большее воздействие на репутацию фирмы [52]. Следовательно, на рынке выигрывают те, кто имеет не только хорошо продуманные программы управления, маркетинга, финансов, но и социально ориентированную стратегию развития. В новой экономике XXI века главный капитал – не природные ресурсы, а человеческий потенциал и доверие к компании (бренду). Управление КСО как раз укрепляет и развивает именно эти два фактора.

Тем не менее, экономические показатели также имеют большое значение. Используя ряд показателей можно дать количественную характеристику отдельных аспектов социального партнерства.

Данную позицию разделяют и отдельные исследователи социальной ответственности бизнеса. В ряде исследований объемы капиталовложений предприятий в социальную ответственность оцениваются по следующим критериям:

1. Общее количество вкладываемых в социальную ответственность средств;
2. Количество средств на одного работающего (социальный пакет);
3. Доля социальных инвестиций в выручке или прибыли.

С использованием данных критериев осуществляется оценка того, насколько предприятие социально ответственно. Фактически при данном подходе производится оценка понесенных работодателем затрат на реализацию достигнутых при социальном диалоге договоренностей (затраты на оплаты труда, на выплату пособий и компенсаций, не предусмотренных действующим законодательством, затраты на обучение работников, улучшение условий труда, поддержание экологической безопасности и т.п.).

Следующим этапом идет оценка изменения показателей, на которые социальные инвестиции оказали влияние. К их числу можно отнести: повышение трудовой активности работников; рост лояльности работников к предприятию и соответствующее снижение текучести кадров; рост производительности труда; повышение уровня дисциплины, уменьшение количества прогулов; снижение травматизма и заболеваемости работников.

Таким образом, при данном подходе в качестве результата социального партнерства можно выделить два типа эффектов:

Экономические – эффекты, приводящие в снижению определенного вида производственных издержек (непроизводственных потерь) или к увеличению отдачи на существующие;

Личностно-психологические – связаны с улучшением психологического климата в коллективе, и ростом удовлетворенности трудом. Данные эффекты повышают привлекательность работодателя на местном рынке труда.

При оценке экономических эффектов наиболее результативным способом определения их влияния является факторный анализ, позволяющий оценить какие действия оказывают наибольший эффект. С его помощью выделяются наиболее значимые факторы и принимают решение об использовании их в дальнейшем.

При работе со второй группой эффектов факторный анализ не всегда применим (сложно оценить влияние отдельных действий на удовлетворенность трудом). Здесь в действие вступают опросы целевой аудитории и различные исследования, позволяющие при достаточной выборке оценить конечную эффективность социального партнерства.

Результирующая оценка эффективности института социального партнерства на основе комплекса данных показателей дает возможность сформировать оптимальный перечень его инструментов.

Следующим уровнем развития данного подхода можно считать интегральный показатель уровня жизни работников и интегральный

показатель экономического развития предприятия, которые характеризуют количественный аспект эффективности социального партнерства.

Существует также подход, оценивающий уровень транзакционных издержек при социальном партнерстве и эффективность функционирования отдельных его институтов [18]. Однако проведенное исследование показало, что критерий экономии транзакционных издержек не может рассматриваться в качестве всеобщего показателя эффективности институциональной среды партнерских отношений. Этому препятствует принципиальная разнородность их состава, сложность операционализации, измерения и интерпретации динамики транзакционных издержек.

Критерий эффективности функционирования отдельных институтов и институциональной среды партнерства в целом наряду с динамикой транзакционных издержек должен отражать суммарный экономический и социальный эффект поступательной макроэкономической динамики, состояние законодательной базы и степень фактического соблюдения правовых норм, а также совокупность оценок и установок, выработанных хозяйственными агентами в отношении данных норм.

Таким образом, в обществе существуют различные способы разрешения возникающих противоречий между общенациональными и групповыми интересами в социальной сфере. Социальное партнерство при этом является одним из наиболее эффективных методов. Развитию социального партнерства в социальной сфере российской экономики препятствует отсутствие главных субъектов общественного партнерства. На сохранение общественного согласия отрицательно влияют торможение темпов экономического роста и инфляция, противоречия в законодательной базе. Трехсторонняя процедура согласования интересов социальных партнеров с участием правительства нередко носит необязательный и формальный характер, так как стороны фактически не несут ответственности за срыв соглашений.

Эффект партнерства бизнеса и власти должен выражаться в создании стабильной бизнес-среды, снижении операционных рисков, укреплении доверия, формировании положительного имиджа, увеличении капитализации, росте финансовых показателей и продаж, повышении эффективности комплекса маркетинга и производительности труда и др. При этом наибольшей эффективностью должны отличаться корпоративные социальные программы, которые разрабатываются и реализуются в режиме социального партнерства и учитывают интересы сотрудников компании и жителей территории, где развивается бизнес.

ГЛАВА 4

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВЛАСТНЫХ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР В МОДЕЛИ КОРПОРАТИВНОГО ГРАЖДАНСТВА

4.1 Корпоративное гражданство как высшая форма реализации корпоративной социальной ответственности

На современном этапе развития России одним из главных факторов, определяющих перспективы российского общества и государственности, является культура взаимоотношений государства, бизнеса и общества. Современные преобразования в России приобретают тенденцию развития демократических основ гражданского общества и усиления социальной направленности рыночной экономики.

Утверждение корпораций в качестве ведущих субъектов мировой экономики и политики активизировало дискуссию о корпоративном гражданстве (КГ). В отличие от прежних реалий, когда интересы корпораций и государства переплетались преимущественно в экономике и в политике, в настоящее время возрастает роль их взаимодействия как субъектов социальных отношений, существенно влияющего на характер и объем осуществляемых корпорациями социальных инвестиций.

В общем виде корпоративное гражданство – это стратегия бизнеса по взаимодействию с обществом в целях обеспечения эффективного и устойчивого развития и повышения собственной репутации как ответственного гражданина, полноправного участника такого развития.

У истоков концепции корпоративного гражданства стояли

исследователи ведущих университетов и бизнес-школ конца XX века Великобритании: Х. Уилмотт, А. Крейн, Дж. Мун, В. Чеппл, П. Эдвардс и др.; США: С. Уаддок, Д. Вуд, Дж. Лонгсдон, О. Феррелл и др.; Нидерландов: И. Маигнан; Швейцарии: А. Шерер, Г. Палаццо и др. Согласно данным исследованиям можно выделить два альтернативных подхода к определению категории «корпоративное гражданство». Первый подход, «ограниченный», отождествляет корпоративное гражданство с отдельными элементами корпоративной социальной ответственности – корпоративной филантропией, социальными инвестициями и ответственностью перед местным сообществом – представителями которого являются, например, А. Крейн, В. Чеппл [293, 315]. Второй подход, «эквивалентный», сводит «корпоративное гражданство» к корпоративной социальной ответственности (И. Маигнан и О. Феррелл). Согласно данному подходу корпоративное гражданство определяет уровень экономической, правовой, этической и дискреционной ответственности, которую несут компании перед всеми заинтересованными сторонами [314].

В настоящее время термин «корпоративное гражданство» активно используется не только представителями научного сообщества, но и представителями бизнеса. При этом единого общепринятого понятия «корпоративное гражданство» до сих пор не существует. Данный термин по-прежнему часто используется не только как синоним корпоративной филантропии и социальной «включенности» корпорации, но и КСО в целом. Такое смешение понятий не вносит ясности и не способствует оптимизации механизмов участия корпоративного сектора в решении социальных проблем, поскольку бизнес и взаимодействующие с ним государственные структуры и некоммерческие организации (НКО) нередко вкладывают в понятия КСО и корпоративное гражданство разное содержание [173].

На наш взгляд, корпоративную социальную ответственность и корпоративное гражданство следует рассматривать как органическое целое, причем если КСО может реализовываться «сама по себе», то корпоративное

гражданство зависимо от КСО, являясь его продолжением и развитием. В этом смысле КСО – это своего рода фундамент, несущая конструкция корпоративного гражданства, представляющая собой совокупность механизмов его реализации. Этот фундамент не является пассивным, он активно используется практически во всех тех формах и направлениях взаимодействий корпорации со своими стейкхолдерами, которые воплощают в жизнь стратегию корпоративного гражданства.

Основополагающий принцип корпоративного гражданства – многостороннее, мультиактивное взаимодействие корпораций с основными стейкхолдерами. В отношениях с государством корпорации чаще всего выступают как политический актор, с местным сообществом – как хозяйствующий субъект и участник социальных отношений, с потребителями – как производитель товаров и услуг, с акционерами – как управляющий, с собственным персоналом – как работодатель, с экологическими фондами и природоохранными организациями – как субъект, влияющий на состояние окружающей среды и т.д. Уровнем зрелости этих взаимоотношений определяется степень включенности корпорации в гражданское общество.

Вместе с тем, не следует забывать, что корпоративное гражданство – это вполне самостоятельное проявление социальной и политической активности корпораций со своей собственной концептуально-теоретической, общественно-политической и организационной основами, на которых строится и доктрина, и практика корпоративного гражданства. В концепции корпоративного гражданства по сравнению с КСО есть и исключительно политическая составляющая, имеющая своей целью включение корпорации в системное взаимодействие с социальными и политическими институтами страны для совместного участия в реализации стратегии общественного развития для формирования социально ориентированной экономики и гражданского общества. В современной России такое взаимодействие либо отсутствует, либо является неконструктивным.

В общем виде модель корпоративного гражданства представлена на

рисунке 4.1.

Зачастую, понятие «корпоративное гражданство» широко используется как синоним стратегической корпоративной филантропии, социальной «включенности» корпорации, стратегического социального инвестирования, корпоративной социальной ответственности (КСО).

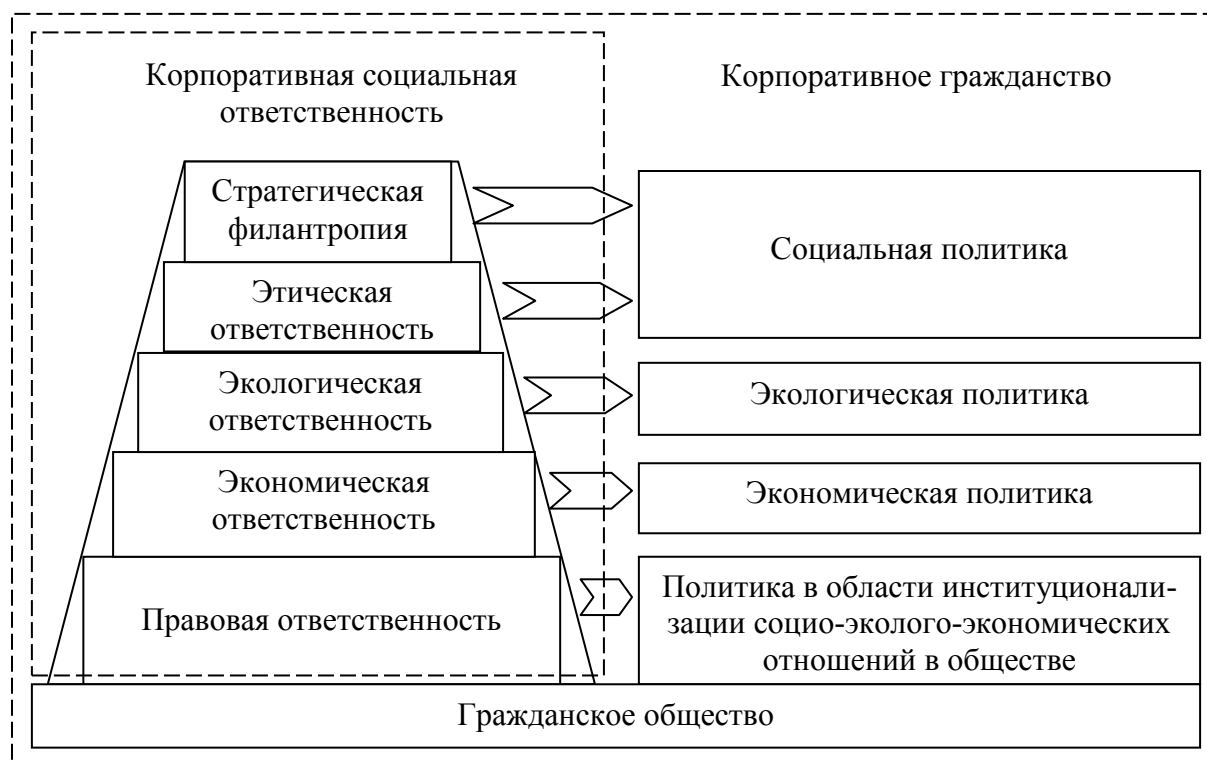


Рисунок 4.1 – Базовая модель корпоративного гражданства

В политическом контексте понятие «корпоративное гражданство» употребляется как метафора социально ответственного и этически мотивированного поведения бизнеса на направлениях, лежащих за пределами достижения экономических результатов деятельности предприятия. Однако такое смешение понятий не вносит ясности в дискуссию и не способствует оптимизации механизмов участия корпоративного сектора в решении социальных проблем. Тем более что представители бизнеса и взаимодействующих с ним государственных структур, неправительственных и некоммерческих организаций нередко вкладывают в понятия КСО и КГ разное содержание.

Несмотря на существенный и быстро растущий объем литературы по тематике КГ, ни в научном и экспертном, ни в бизнес-сообществе не сформировалось четких и тем более общепризнанных критериев его определения и оценки. В значительной мере такая неясность объясняется отсутствием достоверных всеобъемлющих показателей измерения экономической эффективности социально значимых инициатив. С другой стороны, ни в бизнес-сообществе, ни за его пределами не сложилось консенсуса вокруг понимания общественной роли корпорации и возможности полноценного (не на словах, а в реальной деловой практике) совмещения экономической и этической мотивации ее деятельности. Очевидной потребностью становится концептуализация понятия. Этим определяется актуальность и значимость темы исследования.

В самом общем плане корпоративное гражданство – это стратегия бизнеса по взаимодействию с обществом в целях обеспечения эффективного и устойчивого развития и повышения собственной репутации как ответственного «гражданина», полноправного участника такого развития.

Само понятие «устойчивого развития» стало неотъемлемой частью политического лексикона акторов глобализации после принятия «Повестки дня на XXI век» на Конференции ООН по окружающей среде и развитию (Рио-де-Жанейро, 1992 г.). Хотя идея «устойчивого развития» в 1960-1970-е гг. в условиях роста озабоченности масштабами загрязнения окружающей среды в основном была ориентирована на поиски решения экологических проблем, в дальнейшем все более широкое распространение получило понимание взаимозависимости экологической, социальной и экономической составляющих развития. Концепция устойчивого развития была разработана и аргументирована в 1987 г. в докладе Комиссии Г.Х. Брундтланд «Наше общее будущее» для обоснования стратегии развития, которая нацелена на «удовлетворение потребности настоящего, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои потребности». В целях «обеспечить потребности нынешнего поколения без ущерба для будущих

поколений» решение задачи «улучшения качества жизни всех жителей Земли без наращивания использования естественных ресурсов за пределы их исчерпаемых возможностей» предусматривает активные действия на всех уровнях – от индивидуального до широких международных инициатив [71].

Появление нового качества в постановке проблемы устойчивого развития связано как с контекстом глобального информационного общества, в котором реализуется стратегия устойчивого развития, так и с перераспределением ролей между участниками ее осуществления – государствами, НПО и НКО, ТНК. В последующее десятилетие эта стратегия стала последовательно распространяться на решение социальных проблем и защиту прав человека, сближаясь со сферой КСО. В документах ООН выделены 9 основных заинтересованных групп – адресатов этой стратегии. Помимо бизнеса, это женщины, дети и молодежь, независимые НКО, органы местной власти, наемные работники и профсоюзы, научные и технические сообщества, что еще раз подчеркивает ее социальную направленность.

Концепция строится на понимании роли каждого из этих акторов в обеспечении устойчивого развития, направленного на создание и поддержание благоприятной среды жизни и деятельности людей. В рамках такого подхода бизнес рассматривается как ключевой участник системы общественных отношений.

Модель корпоративного гражданства ориентирует компанию на трезвую и ответственную оценку влияния собственной деятельности на социальные отношения и институты и на окружающую среду, обеспечивающую качество развития. Помимо корпораций как выразителей специфических коллективных интересов ключевую роль в выстраивании системы корпоративного гражданства играют государственные институты, а также международные организации и другие субъекты мировой политики, в том числе сетевые НКО. В развитии системных и долгосрочных связей с корпоративными игроками заинтересованы субнациональные (регионы) и наднациональные сообщества.

Непосредственными участниками корпоративных отношений выступают различные группы интересов – стейкхолдеры. К категории «стейкхолдеров» относятся граждане, сообщества или организации, которые влияют (или потенциально могут оказать воздействие) на деятельность организации (в данном случае корпорации) или сами находятся в сфере ее влияния. Р. Фримэн, создатель оживленной дискуссии вокруг концепции «компании участников», развернувшейся в конце 1980-х – начале 1990-х гг., относил к категории «стейкхолдеров» представителей всех значимых для функционирования данной организации интересов [299, с. 46]. В этот круг входят местные сообщества и выступающие от их имени структуры, ассоциации граждан, от имени которых могут выступать НКО, потребители, инвесторы, партнеры и поставщики, акционеры и представляющие их интересы организации, СМИ, а также органы власти разного уровня. Все они представляют «внешних» стейкхолдеров.

«Внутренние» стейкхолдеры – это персонал и его профессиональные объединения и менеджмент. Интересы разных групп могут пересекаться (менеджмент и персонал часто являются держателями акций или могут быть активистами НКО), что предъявляет особые требования к обеспечению прозрачности корпоративного управления. Некоторые такие группы оказываются заинтересованными сторонами поневоле, помимо собственного выбора, а именно вследствие того ущерба, который им наносит или может нанести деловая активность компании. Это могут быть группы граждан, проживающих в районе аэропорта и страдающих от шума, или жители кварталов, где расположены представляющие риск для окружающей среды производства. Другие, как, например, учреждения высшего и специального образования, напротив, могут быть заинтересованы в системном и долгосрочном взаимодействии с корпоративным сектором и, соответственно, рассматривать сферу своей деятельности как область «перекрестных обязательств» бизнеса, государства и своих собственных.

Возвращаясь к нетождественности концепций КСО и корпоративного гражданства, необходимо подчеркнуть, что КСО представляет собой своего рода материальный фундамент корпоративного гражданства, который активно задействован практически во всех основных формах и направлениях отношений компании со своими контрагентами. В самом общем плане КСО определяет, как производство товаров и услуг в компании и организация ее внутреннего управления соотносятся с интересами, выходящими за рамки исключительно повышения прибыли. В то же время как у доктрины корпоративного гражданства есть и сугубо политическое измерение, нацеленное на включение корпорации в системное взаимодействие с другими социальными и политическими институтами.

Хотя особо не оговаривается вопрос об уровне представительства бизнеса в различных масштабных инициативах по продвижению модели корпоративного гражданства, однако в дискуссию в качестве непосредственных участников ее реализации и, одновременно, объектов внимания вовлечены в первую очередь «крупные игроки» – лидеры мирового бизнеса. По отношению к среднему и мелкому бизнесу речь в научной и экспертной литературе обычно идет о внедрении практик социально ответственной деятельности (что лишний раз свидетельствует в пользу различия этих понятий). Однако вопрос о распространении принципов КГ на сферу деловой активности мелкого и среднего предпринимательства все настойчивее поднимается в связи с тем, что ответственность крупных корпораций и мониторинг за их деятельностью распространяется на поставщиков из развивающихся стран. Здесь проблемы применимости стандартов КСО и адаптации этих стандартов к национальным практикам стоят особенно остро. Возможности малого и среднего бизнеса в реализации модели КГ в Европе также рассматриваются в экспертной литературе.

Социальные инвестиции в развитие местных сообществ, получившие широкое распространение, как в развитых, так и в развивающихся странах, активно осуществляются, в том числе, силами небольших компаний, чей

бизнес зачастую ориентирован на территорию присутствия или на взаимодействие с небольшими адресными группами заинтересованных участников. В.Н. Якимец обоснованно указывает на то, что понятие «социальные инвестиции» относится не только к принятию инвестиционных решений относительно развития и управления бизнесом, связанных с социальной сферой, но и к проблемам отношений корпорации со стейкхолдерами. Речь идет о выработке и осуществлении внутрикорпоративной социальной политики и социальной политики на уровне территорий, не относящейся к непосредственной сфере ее компетенции. В исследовании о социальных инвестициях в России следует четко различать понятия «социальных инвестиций» и «социально ответственного инвестирования» (как процесса принятия решений, учитывающего социальные и экологические последствия вложений) [261].

Роль малого и среднего бизнеса в развитии территорий присутствия в ведущих промышленных странах трудно переоценить. Именно такое взаимодействие придает, по мнению ряда авторитетных зарубежных и российских исследований, «динамизм и жизнеспособность» развитию успешных промышленных округов [62, стр. 32-47], сложившихся в Великобритании, Италии и ряде других стран, особенно там, где сохраняются диспропорции между регионами внутри страны. Крупный бизнес активно участвует в становлении таких «полюсов развития» через систему дочерних предприятий, субподрядчиков, поставщиков, работающих на территории присутствия компании. В результате возникает «новая культура» внутренних и внешних отношений, основанная не на иерархии, а на принципах сотрудничества [331]. Этому способствует расширяющаяся практика «аутсорсинга», т.е. передачи ряда функций, которые ранее выполнялись внутри корпораций, внешним автономным или полуавтономным структурам. Они становятся важным звеном в цепи масштабных социальных программ в рамках стратегии фирмы по реализации КСО.

Оценка социальной роли бизнеса и социальных издержек рыночной экономики – одна из ключевых тем политической повестки дня истекшего столетия и важнейший фактор размежевания политических сил. Но, как известно, развитый мир «с трудом и медленно приходил к пониманию простой закономерности: чтобы успешно и без сбоев развиваться, рыночные отношения должны быть укоренены в широком контексте социальных ценностей и ориентиров развития. Когда это понимание пришло, оно приняло формы Нового курса и социальной рыночной экономики» [142] соответственно в США и Европе. Фундаментом их реализации стала принципиальная договоренность сторон – участников трудовых отношений и государства, своего рода «общественный договор» вокруг регулирования социальных издержек развития рынка. В условиях перехода развитых стран к постиндустриальному обществу повестка дня не раз корректировалась под давлением растущего осознания рисков и угроз, связанных с разрушением окружающей среды и катастрофической бедностью за пределами развитого мира. Первая волна перемен пришлась на рубеж 1960-х – 1970-х гг., когда политическими оппонентами ТНК стали новые социальные движения, представлявшие экологов (защитников природы и борцов против загрязнения окружающей среды) и потребителей. В рядах противников безудержной экспансии ТНК группировались в те годы и сторонники левых политических сил, а критика зачастую велась с антикапиталистических позиций. В конце 1980-х гг., когда началось формирование повестки дня устойчивого развития, встал вопрос о разработке механизмов его обеспечения. На рубеже нового тысячелетия в обсуждении вызовов глобализации все настойчивее стало звучать требование обеспечения глобальной управляемости. В ходе поисков адекватных механизмов взаимодействия участников развития родилась концепция корпоративного гражданства.

Корпоративное гражданство как зарождающийся институт – результат становления «новой экономики», тех изменений в характере развития,

которые произошли и продолжают происходить в условиях наступления информационного общества. Речь идет о таких подробно описанных в литературе явлениях, как ускорение развития, «сжатие времени» и «виртуализация» расстояний, переход к «новой экономике» знаний, инноваций и коммуникаций [102]. Чтобы преуспеть в этой быстро меняющейся реальности, необходимо предъявить на рынке не только высокотехнологичные товары и услуги, но и выстроить общее ценностное поле и отношения доверия со своими стейкхолдерами, чтобы побудить их сделать «правильный» выбор. Некоторые научились работать на опережение этических запросов потребителей. Они предлагают товары и услуги, которые соответствуют широко распространенным в развитых странах представлениям об ответственном в отношении среды обитания производстве и потреблении. Так, работающая в Женеве местная энергосбытовая компания предлагает своим клиентам четыре варианта оплаты счетов за потребляемую энергию, при этом средства от «зеленого», с наиболее высокими тарифами, вкладываются в альтернативные виды топлива. Характерно, что 80% горожан выбрали именно этот вариант [143].

Не менее важен и «здоровый» климат внутри самой компании, умение закрепить за собой лучших работников, тех, для кого этическая мотивация труда неотделима от профессиональной самореализации и материального вознаграждения. Развитие человеческого потенциала корпорации становится основным ресурсом внедрения инновационных стратегий, а эффективное взаимодействие основных участников развития – одной из основ становления инновационной экономики [40].

На основе вышеизложенного можно сделать вывод о том, что концепция корпоративного гражданства основывается на следующих принципах:

а) бизнес не ждет, пока попросят, а ищет сам, куда и как направить свои социальные инвестиции;

- б) бизнес находит самые актуальные для общества темы и решает проблемы, волнующие большую часть населения;
- в) бизнес добивается от социальных инвестиций экономической отдачи и выгоды для себя;
- г) бизнес привлекает самих людей к решению социальных проблем;
- д) бизнес не боится вступать в противоречия с государством, отстаивая интересы общества.

Важнейшим фактором, предопределившим особенности КСО и КГ в современной России, послужило наследие государственного патернализма, оказавшиеся несовместимым с новыми условиями, созданными в результате приватизации и перехода к рынку. Также необходимо отметить незрелость российского корпоративного сектора, чье состояние на сегодняшний день характеризуется неравномерностью развития различных секторов и отраслей (ведущая роль сырьевого и энергетического сектора против слаборазвитости обрабатывающей, аграрной и перерабатывающей промышленности).

В числе особенностей российской действительности также можно отметить низкую легитимность собственности, связанную с неприятием населением «законности» той собственности, обладателями которой стали нынешние хозяева и управленцы крупных корпораций. Дефицит легитимности напрямую связан с отсутствием у корпораций полноценного политического ресурса для установления и поддержания своего общественного статуса и паритетного отношения с властью, а также с отсутствием доверия между обществом и бизнесом, являющегося важным условием для конструктивного взаимодействия между ними [84, стр. 248-252].

Серьезным препятствием на пути внедрения принципов корпоративного гражданства в российских компаниях остается низкий уровень информационной прозрачности, подробности и структурированности раскрываемых данных. Это косвенно свидетельствует об отсутствии четких критериев отбора и последующей оценки

эффективности реализуемых корпоративных социальных проектов во многих крупных компаниях.

Корпоративная социальная деятельность в отечественном бизнесе во многих случаях продолжает ассоциироваться с PR и замыкаться на соответствующие службы. Как следствие, широкой общественности представляется лишь одна позитивная сторона дел, а не реальная практика со всеми присущими ей сложностями и проблемами.

Такая ситуация, к сожалению, превращает роль КСО и КГ в России из стратегической в «косметическую». Отсутствие серьезного прогресса в этой области во многом обусловлено отсутствием системного понимания корпоративной социальной деятельности, недостаточностью распространения лучших мировых и отечественных практик. Процесс институционализации корпоративных социальных инвестиций в России продолжается с присущей ему «стихийностью».

Прежде чем приступить к анализу перспектив становления модели корпоративного гражданства в России, представляется целесообразным посмотреть, как и в каких формах практики КСО и корпоративного гражданства распространены в разных регионах мира. Это позволит выявить те факторы, которые обуславливают общее для глобализирующейся экономики направление развития, и те, которые определяют особенности реализации бизнесом социально ответственных практик в разных странах и регионах мира.

4.2 Общее и особенное в базовых моделях корпоративного гражданства развитых стран

Феномен корпоративного гражданства (КГ) и социальной ответственности бизнеса уходит корнями в систему отношений, исторически

сложившуюся между наемными работниками, бизнесом и государством, в систему так называемого социального партнерства. Анализ мировой практики позволяет выделить три разновидности социального партнерства, каждая из которых повлияла на формирование страновой модели корпоративного гражданства.

1. Первая модель характерна для таких стран как Бельгия, Нидерланды, Финляндия, Швеция, – предполагает активное участие государства в регулировании социально-трудовых отношений, происходящее на уровне страны, отрасли, отдельного предприятия.

2. Вторая модель (США, Канада, Япония, страны Латинской Америки, англоязычные страны Африки) – характеризуется регулированием социально-трудовых отношений на уровне предприятия, и в значительно меньшей степени на уровне отрасли или региона. Роль государства заключается в принятии соответствующих законодательных и нормативных актов, рекомендаций и требований. В странах Северной Америки объединения предпринимателей предпочитают не вмешиваться в процесс социально-трудовых отношений на предприятии, однако принимают активное участие в законотворческой и политической деятельности.

3. Третья модель характерная для ряда стран Западной Европы (Австрия, Германия, Франция, частично Великобритания) – объединяет черты двух предыдущих разновидностей. Так, согласно немецкой концепции социального рыночного хозяйства, основоположником которой был Л.Эрхард, государство вмешивается в социально-трудовые отношения, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию.

На основе названных моделей социального партнерства в разных странах сложились различные модели корпоративного гражданства. Рассмотрим их основные особенности.

1. Европейская модель.

Импульсом к развитию корпоративного гражданства и корпоративной социальной ответственности в Европе стало создание в 1996 г. Европейского

движения предпринимателей за социальную консолидацию, учрежденного при поддержке Генерального директората по вопросам занятости, производственных отношений и социальных вопросов Еврокомиссии. Существенную роль в становлении европейской модели КГ сыграл саммит Евросоюза (Лиссабон, март 2000 г.), посвященный вопросам социальной сплоченности, экономического развития и занятости. Главы государств и правительств 15 стран приняли Специальное обращение по вопросам КСО, в котором отмечалось, что расширение социальной ответственности бизнеса является важным элементом экономических и социальных реформ, фактором повышения конкурентоспособности компаний и формирования института корпоративного гражданства в Европе.

В континентальной Европе за членами корпоративного сообщества, включая наемный персонал, закреплено право на представительство в наблюдательных советах и/или в институтах регулирования трудовых отношений. Разработаны эффективные юридические механизмы защиты прав потребителей. Экологические и природоохранные инициативы и соответствующее регулирование давно уже стали не только частью политической повестки дня, но и важным направлением образовательных программ. Бизнес вовлечен в обсуждение и решение общественно значимых проблем.

В основе европейской модели КГ лежит модель «компаний участников», которая ориентирует корпорации на взаимодействие с многочисленными стейкхолдерами – от местных сообществ до организаций, отражающих различные общественно значимые интересы (экологические, правозащитные, потребительские и др.), а также с группами, вовлеченными в круг корпоративных отношений, но не имеющими организованного представительства.

Содержание концепции КГ в Европе сводится к тому, что лица и организации, обеспечивающие нормальное функционирование корпорации: собственники-акционеры (включая банки и других институциональных

инвесторов), менеджеры, наемные рабочие и служащие, местные власти и сообщества, поставщики и потребители – не просто поддерживают те или иные отношения и связи между собой, но представляют собой объединенное общим интересом образование. Каждый из них, помимо выполнения отведенной ему роли, участвует в решении общих задач – принятии управленческих решений, распределении прибылей, устройстве социально-бытовых проблем, возникающих как внутри корпорации, так и вне ее.

Такое взаимодействие может давать прямые экономические результаты. Оно выявляет и сферы потенциального конфликта, и направления перспективного развития бизнеса в нишах, где появляются новые общественные потребности. Эти потребности удовлетворяются не только за счет реализации инновационных технологий, но и через инновации в сфере трудовых отношений и во взаимодействии с окружающей средой, которые становятся неотъемлемой частью маркетинговой стратегии бизнеса. Не случайно признанными лидерами в реализации практик КСО являются компании, представляющие непосредственно ориентированные на потребителей отрасли – пищевую и фармацевтическую промышленность, розничную торговлю.

В сфере трудовых отношений практики КСО нашли наиболее полное воплощение в модели «рейнского капитализма». Как отмечал федеральный канцлер Г. Шредер, «если американская модель отдает предпочтение экономике, то наша основывается на приобщении подавляющего большинства трудящихся к процветанию через процесс принятия решений, в частности, – через участие в управлении предприятием... Участие – есть сердцевина германской модели. И наша задача – не отвлекаться от него, но, наоборот, заново переопределить его содержание в условиях мондиализированной экономики» [146]. Речь идет, помимо прочего, о расширении круга «участников» за традиционные пределы трудовых отношений и о распространении ответственных практик на страны с низким уровнем социальных стандартов, где ТНК ведут свою деятельность.

Европейская модель КСО, в отличие от американской, предусматривает высокий уровень институционализации отношений со стейкхолдерами. Такая практика сложилась в недрах европейского социального государства. В регулировании отношений на рынке труда во многих странах участвовали институты социального партнерства. В рамках этих институтов при посредничестве уполномоченных представителей государства велись переговоры между предпринимателями и профсоюзами. Соответствующие механизмы функционируют сегодня в Австрии, в Швеции (вплоть до 1990-х гг. – на общенациональном уровне), в Ирландии. Переговорные процессы сыграли немалую роль в преодолении кризисного развития в 1970-е гг. (т.н. «линия ЭУР» в Италии, «концертированные действия» в ФРГ, «пакты Монклоа» в Испании и др.).

Практика социального партнерства развивается и на уровне Европейского Союза. Здесь функционирует Экономический и социальный комитет (ЭСК), в какой-то мере институционализировавший обмен мнениями между бизнесом в лице европейских ассоциаций национальных и отраслевых предпринимательских союзов, наемным трудом (профсоюзами) и «разными» интересами (организациями потребителей, фермеров, лиц свободных профессий и т.д.). Несмотря на невысокую результативность деятельности ЭСК, наделенного лишь совещательными функциями, он и подобные ему органы создают пространство взаимодействия разнообразных групп интересов, в котором вырабатывается повестка дня европейского строительства в социальной сфере. Корпоративный капитал имеет собственные неформальные структуры для экспертной разработки проблем, координации позиций и их лоббирования на уровне институтов ЕС. Среди них выделяется созданный в 1983 г. Европейский круглый стол промышленников, куда входят около 50 менеджеров высшего звена, представляющих ведущие европейские компании.

В 1995 г. по инициативе председателя Европейской комиссии Ж. Делора крупные компании образовали сетевую структуру для продвижения

принципов КСО и опыта их реализации, получившую название «КСО Европа» (Corporate Social Responsibility Europe). В ЕС действуют и целевые механизмы (в форме информационных и консалтинговых сетей) по внедрению стандартов КСО на предприятиях малого и среднего бизнеса, по реализации некоммерческих проектов в социальной сфере, по социально ответственному инвестированию, по развитию местных сообществ. 2005 г. был объявлен в Европе годом «корпоративной социальной ответственности».

Европейская модель КСО в идеале ориентирована на превращение компаний в полноправных членов национальных сообществ, а стратегии социальной ответственности – в важный ресурс европейского строительства. Такая ориентация нашла отражение в самом определении КСО, сформулированном в «Зеленом докладе» Европейской комиссии. Корпоративная социальная ответственность трактуется в этом документе как «подход, предполагающий интеграцию компанией на добровольной основе социальных и средоохранных целей как в сферу непосредственной предпринимательской деятельности, так и в практику взаимодействия со стейкхолдерами». Основой взаимодействия является т.н. мягкое регулирование в целях поощрения принятия на себя компаниями добровольных обязательств.

В сферу инициатив по продвижению КГ оказываются вовлеченными не только крупные корпорации, но и малые и средние предприятия, хотя и в заметно более скромных масштабах. Согласно данным исследования по шести странам (Италия, Франция, Германия, Голландия, Великобритания и Дания), проведенного в 1998-2001 гг. по поручению Европейской комиссии, в социально ориентированной деятельности малый и средний бизнес четко выбирает приоритеты, и большинство таких компаний сосредотачивается на одном – двух направлениях КСО.

Большое внимание уделяется работе с местными сообществами, около 2/3 обследованных предприятий имеют соответствующие программы, а каждая третья компания выходит на уровень международных инициатив.

Социальная активность таких компаний и их деловая активность редко, вопреки широко распространенному мнению, связаны друг с другом. Большое значение в выборе социально ответственных практик имеет позиция руководящего звена фирмы, а также ее вовлеченность во взаимодействие с иностранными партнерами. Около половины (46% обследованных предприятий в шести странах) участвовали в разных формах взаимодействия с внешними стейкхолдерами, что, по мнению авторов исследования, свидетельствует о высоком уровне свободы в выборе форм организации социальной активности. Мотивация персонала и стремление удержать лучших работников с помощью внедрения практик КСО не играют здесь такой существенной роли, как в крупных компаниях.

В центре европейской практики КГ находится диалог со стейкхолдерами. При этом налицо тенденция к институционализации диалога на уровне ЕС. Другая его особенность – широкое вовлечение представителей различных групп и организаций гражданского общества, чьи интересы пересекаются с интересами бизнеса. В октябре 2002 г. под эгидой Европейской комиссии был организован Европейский многосторонний форум по КСО (European Multi-Stakeholder Forum on CSR), в котором участвовали формальные и неформальные предпринимательские объединения, профсоюзы, а также экологические, потребительские и другие НКО. Задачей форума стало распространение информации о лучших практиках, поддержание взаимодействия между заинтересованными группами и выявление тех «болевых точек», где требуются инициативы общеевропейского уровня. Как показали дискуссии, развернувшиеся в ходе четырех проведенных в рамках форума круглых столов, главным источником разногласий остается вопрос о характере применения стандартов КСО. Представители «социальных» групп интересов, в частности, потребительские организации, ратуют за более жесткое внедрение таких стандартов, тогда как бизнес настаивает на сохранении принципа добровольности. Предпринимательское сообщество, в свою очередь, не удовлетворено

уровнем ответственности некоторых из участников взаимодействия. Протестуя против попыток свести КСО к системе обязательств исключительно бизнеса, оно считает необходимым согласовывать приоритеты всех задействованных сторон, а не сводить обсуждение исключительно к проблемам ответственности бизнеса. Дискуссионным остается и вопрос о формах участия национального государства в продвижении практик КСО.

Предпринимательское сообщество выступает против обязательного для бизнеса регулирования таких практик и видит задачу государства в распространении успешного опыта и создании благоприятного климата для взаимодействия стейкхолдеров, в то время как организации гражданского общества отстаивают необходимость введения более жесткого законодательного регулирования. Еще одна проблема – отчетность по КСО. Прозрачность такой отчетности необходима для оценки всей совокупности социальных практик корпораций, однако чрезмерная детализация и жесткие критерии отчетности, принятые в ряде европейских стран, увеличивают опасность превращения ее в сугубо бюрократическую процедуру. Дискуссия по аналогичному кругу проблем ведется, как было показано выше, и на глобальном уровне.

Признанным механизмом реализации КСО в странах ЕС стала экологическая маркировка, которая производится на основе критериев Совета по присуждению «эко-лейблов» (European Union Eco-Labeling Board). Это добровольная схема, которая ориентирует потребителей в выборе экологически чистой продукции. На очереди стоит социальная маркировка, особенно актуальная для корпораций, имеющих филиалы в беднейших странах. Европейские потребители уже не раз объявляли бойкот продукции, произведенной с использованием детского труда или без соблюдения минимальных социальных норм. Социальная маркировка поможет покончить с практикой «двойных стандартов» в данной сфере. С ее помощью бизнес может «сигнализировать» о том, что требования стейкхолдеров (в данном

случае потребителей и инвесторов) учитываются в деятельности компании и интегрированы в ее маркетинговую стратегию.

В Европе быстро набирает обороты и т.н. социально ответственное инвестирование. Речь идет об инвестициях в компании, деятельность которых отвечает критериям КСО, в т.ч. и тех, которые непосредственно заняты реализацией социально ориентированных проектов (таких как производство экологически чистой продукции или организация водоснабжения населения). Развернута сеть организаций, которые предоставляют консультативные и образовательные услуги в области социально ответственного инвестирования. Особенно интересен и разнообразен британский опыт в этой сфере. Здесь на социально ответственное инвестирование приходится 5% общего объема капиталовложений управляющих компаний. Значительная часть средств проходит через пенсионные фонды. В соответствии с британским законодательством эти фонды обязаны информировать общественность о степени учета социальных, экологических и этических критериев при выборе объекта инвестирования. Такой подход развивает традиции, укорененные в религиозно-этических нормах английских квакеров. Еще во второй половине позапрошлого века на принадлежавших квакерам предприятиях были созданы механизмы социальной защиты работников. Некоторые компании, ориентированные на принципы честного, надежного и социально ответственного ведения дел, последовательными приверженцами которых были их основатели, и сегодня активны на рынке (Кэдбери, Кларке Инглэнд и др.).

Масштабные сетевые проекты взаимодействия бизнеса с местными сообществами осуществляются в Великобритании под эгидой существующей уже 20 лет организации «Бизнес в сообществе» (Business in the Community), координатора многочисленных целевых программ. Под ее эгидой был разработан и получил широкое признание Индекс средоохранной деятельности (Business in the Environment Index) и предполагалось внедрить

совокупный индекс по КСО (осенью 2006 г.). Активно развивается консультативная деятельность, ведется подготовка специалистов по социальной отчетности, разрабатываются учебные программы. Общественное признание получила также деятельность по распространению социально ответственных практик таких благотворительных организаций, как Форум лидеров бизнеса принца Уэльского, и много численные инициативы, направленные на вовлечение в практику КСО британского малого и среднего бизнеса. С 1980-х гг. начинается активное развитие по примеру существующих в США фондов местных сообществ (Community foundations), помогающих направлять средства доноров на развитие местных сообществ. Таких независимых фондов сегодня насчитывается более 60, а на начальном этапе их деятельность опиралась на поддержку Организации поддержки благотворительных проектов (Charities Aid Fondation – CAF) и государства.

Общая координация направлений развития КСО также осуществляется сегодня на государственном уровне: в 2000 г. был введен пост министра по координации деятельности в этой сфере. Налаживается взаимодействие между правительственными структурами, компаниями и НКО в форме местных стратегических партнерств (Local Strategic Partnerships). Эти новые механизмы партнерства общественных служб, бизнеса и НКО развиваются при содействии правительства и под управлением упоминавшейся организации «Бизнес в сообществе» и Торгово-промышленных палат. Их цель – преодоление бедности в нуждающихся сообществах и стимулирование экономического развития на местах. Консультативно-управленческие структуры с участием бизнеса, местной власти, государственных учреждений, экспертов и «третьего сектора» активно работают также в сфере здравоохранения и образования, в первую очередь профессионально-технического, которое переживает сегодня серьезные трудности. Активное участие в работе таких «профильных» для себя организаций, как Совет по образованию и квалификации (Learning and Skills Council) принимают

профсоюзы, представленные своей головной организацией – Британским конгрессом тред-юнионов.

По мнению британских исследователей, правила игры диктуют не только и не столько рыночные отношения или авторитет власти, сколько признание и поддержка общих интересов и ценностей участниками взаимодействия. Принимаются правительственные программы стимулирования КСО, публикуются ежегодные отчеты о деятельности правительства в этой сфере. В качестве мер поддержки предлагается распространение положительного опыта КСО и практик государственно-частного партнерства в различных сферах социально ответственной деятельности, помощь в продвижении эффективных стандартов отчетности и маркировки товаров. КСО рассматривается как ресурс повышения управляемости и решения социальных проблем в условиях постепенного демонтажа социального государства и внедрения все большего числа рыночных механизмов в социальную сферу, долгое время бывшую областью преимущественно государственного регулирования. В первую очередь это касается систем здравоохранения и пенсионного обеспечения, приоритетных для корпоративных стейкхолдеров. Повышение роли целевых корпоративных программ вписывается в эту стратегию.

Британский бизнес более склонен к взаимодействию с органами власти, чем бизнес в большинстве других европейских стран. Согласно данным опроса руководителей 500 национальных компаний, влияние государства на формирование политики фирмы в социальной сфере и в охране среды считают «важным» 63% респондентов (для ЕС этот показатель составляет 47%, для местных органов власти – также 47%, для региональных парламентских структур – 26%). Однако предпочтение и поддержка отдается, как и на уровне ЕС, традиционным приоритетам, а повестку дня предпринимательское сообщество предпочитает формировать самостоятельно или в режиме диалога с государством. Характерно, что некоторые целевые инициативы британского правительства встретили весьма

прохладную реакцию бизнес-сообщества, несмотря на многочисленные призывы к участию. В качестве примера можно привести практически не вызвавшие заинтересованного отклика программы развития государственно-частного партнерства в сфере образования. Согласно установившейся системе «разделения труда», британский (и европейский) бизнес, в отличие от американского, рассматривает образование как сферу исключительно государственной, а не корпоративной ответственности.

В ряде европейских стран государство, напротив, играет активную роль в институционализации такого взаимодействия и опирается на поддержку групп гражданских инициатив. В Голландии институт корпоративного гражданства, ориентированный на т.н. польдерную модель организации отношений между работодателями и населением, активно используется как инструмент поддержания «демократии согласия» и диалога между различными сегментами общества. Государство стимулирует развитие общественной активности в рамках специальных программ. Под эгидой Министерства здравоохранения, благосостояния и спорта создано Партнерство во имя социальной интеграции, функционируют механизмы трехстороннего сотрудничества на уровне местных сообществ. Основное же направление реализации КСО – добровольная общественно-полезная деятельность работников компании. Неслучайно Нидерланды вышли на первое место в мире по общему объему волонтерских услуг и пожертвований в структуре ВВП. В 2004 г. он составил 4,5% ВВП (в Великобритании – 2,6%; в США TM 2,5%; в Италии – 0,8%).

Подобные практики взаимодействия под эгидой государства налажены и в Дании. Здесь в 1994 г. государство в целях стимулирования социальной ответственности бизнеса запустило программу «Наша общая забота». Руководители крупных датских компаний (Карлсберг, Лего, Фальк и др.) вошли в состав Датского совета руководителей бизнеса за социальную сплоченность. В рамках программы датское правительство выделяет средства для финансирования инициатив в этой сфере. В 1998 г. в ответ на растущий

интерес к опыту КСО и развитию новых социальных партнерств по инициативе правительства Дании был создан Копенгагенский центр – независимая экспертная и консалтинговая структура для развития диалога с бизнесом и НКОЗ. В результате проведения целенаправленной государственной политики и высокого уровня активности бизнеса и «третьего сектора» три рассмотренные европейские страны – Великобритания, Голландия и Дания – лидируют по масштабам инициатив по внедрению принципов КГ и по уровню охвата социальной отчетностью национального бизнеса. По данным рейтинга Института корпоративной репутации – известной экспертной структуры, ЛЕГО (Дания) и ИКЕА (Швеция) занимали в 2007 г. первые строчки в списке мировых лидеров по показателям репутации и доверия к бизнесу.

Заметные различия между европейскими странами обнаруживаются в приоритетах социально ответственной деятельности. Здесь сказываются особенности в политической культуры и, соответственно, ожиданий по отношению к государству и к бизнесу. Так, все немецкие компании, ответившие в ходе проводившегося в 2002-2004 гг. сравнительного исследования корпоративного сектора на вопросы о практиках КСО, имели собственные программы профессионального обучения (но только половина французских фирм отметила наличие таких программ). В Германии приоритетным стейкхолдером является персонал компаний, механизмы участия его представителей в корпоративном управлении закреплены в национальном законодательстве. Во Франции значительная часть вопросов рынка труда и социального обеспечения традиционно находится в сфере государственного регулирования. Это до сих пор предопределяло «средний» уровень развития общественной дискуссии и внедрения соответствующих практик в систему корпоративного управления (см. табл. 4.1).

Все норвежские компании (но только половина испанских) закрепили в корпоративных документах практику поддержки свободы ассоциаций и объединений персонала.

Таблица 4.1 – Показатели развития корпоративного гражданства (по пятибалльной системе оценки: 1 – крайне низкий, 5 – крайне высокий)⁷

Страна	Уровень участия частного сектора	Уровень государственной инициативы	Уровень общественной дискуссии
Австрия	1	3	1
Бельгия	5	5	3
Канада	4	3	4
Дания	4	5	3
ЕС	3	4	2
Франция	3	3	3
Германия	2	3	3
Нидерланды	5	5	5
Швеция	4	3	2
Великобритания	5	5	5
США	3	2	2

Политика в области защиты прав человека остается приоритетным направлением в первую очередь для британских, немецких и норвежских фирм. Что касается программ вовлечения стейкхолдеров, то они присутствовали в наибольшей степени в Великобритании и в Норвегии, в то время как итальянские компании ориентировались на этические кодексы, в которых особое внимание уделялось проблемам борьбы с коррупцией.

В целом данные сравнительного исследования позволяют сделать вывод о более высоком уровне вовлеченности компаний стран Северной Европы в реализацию принципов корпоративного гражданства по сравнению с компаниями европейского Юга. В распространении и, особенно, в институционализации таких практик можно проследить преемственность

⁷ Низкий уровень предполагает минимальное продвижение и скудость информации (например, неадекватные веб-страницы), слабое знание проблем и низкий уровень общественной активности; средний некоторые формы включенности со стороны бизнеса и ряд инициатив со стороны государства, не выходящих за рамки признанного в международном сообществе минимума (например, присоединение к инициативам ОЭСР) и наличие в стране общественной дискуссии вокруг проблем КСО и КГ; высокий – активность на всех направлениях.

социал-демократической традиции социально-экономического регулирования (особенно в скандинавских странах), а также национальной культуры предпринимательства и этики бизнеса, хотя такие традиции несколько сглаживаются под влиянием постепенного внедрения общеевропейских норм.

В шести европейских странах корпоративная отчетность по социальной или/и средоохранной деятельности является обязательной. Так, датские компании представляют обязательный отчет о влиянии своей производственной деятельности на состояние окружающей среды. Норвежские и крупные шведские и голландские фирмы обязаны включать такие данные в годовые отчеты. В Бельгии социальная отчетность является обязательной как для национальных, так и для действующих на территории страны иностранных компаний; сведения о своих инициативах по развитию социально ответственного инвестирования должны предоставлять и пенсионные фонды. Последнее требование действует также в Германии и во Франции; здесь отчеты по показателям «тройной линии ответственности» вменены в обязанность компаниям, котирующимся на бирже. Все французские фирмы отчитываются также о защите прав человека в третьих странах и о диалоге со стейкхолдерами по социальным и средоохранным вопросам. В Австрии обязательна отчетность для крупных компаний, чья деятельность оказывает заметное влияние на состояние окружающей среды. В Великобритании фирмы обязаны предоставлять сведения о социальных, средоохранных и этических рисках, которые могут затронуть интересы стейкхолдеров, и включать в отчеты пенсионных фондов сведения о социально ответственном инвестировании. Более половины компаний – лидеров британского бизнеса (132 из 250) представили в 2003 г. экологическую отчетность.

Однако стандарты регулирования, которые задает государство, в основном относятся к разряду «мягкого» регулирования и прописаны в виде принципов, ориентиров и сводов правил поведения. Большинство

исследователей сходится во мнении, что критерии нефинансовой отчетности носят размытый характер, а сами отчеты редко проходят тщательную аудиторскую проверку. Тем более это касается норм саморегулирования бизнес-сообщества. Попытки ужесточить регулирование путем внесения соответствующих изменений в корпоративное законодательство встречают серьезное сопротивление со стороны бизнеса.

В целом для Европы характерна тенденция к системному видению проблем взаимодействия корпорации и общества. Разумеется, это не означает безоговорочного признания европейским бизнесом практик КСО как неотъемлемой составляющей стратегии повышения конкурентоспособности. Но они эффективно используются в качестве механизма вовлечения компании в публичную сферу, площадки взаимодействия с органами управления вне и помимо налоговой сферы и регулирования рынка труда, инструмента обратной связи с потребителями, инвесторами, местными сообществами, другими группами интересов. Сами европейские компании рассматривают ее как непрерывный «процесс обучения и компаний, и заинтересованных во взаимодействии с ними партнеров».

Конечно, все эти факторы скорее дополняют, чем определяют корпоративные стратегии оптимизации экономической эффективности. Вместе с тем их значимость не сводится к компенсации негативной реакции на нарушение стандартов, с которой столкнулись в 1990-е г. такие корпоративные гиганты, как ВР или Шелл. Сюжеты, связанные с обсуждением социальных и экологических стандартов и защитой прав человека, диктуют приоритеты деятельности многочисленных организаций гражданского общества и являются важной составляющей общественного запроса, обращенного к государству и бизнесу. Проблематика корпоративного гражданства постепенно становится частью повестки дня институтов ЕС и европейского бизнеса.

2. Американская модель.

Американские компании имеют давние и прочные традиции взаимодействия с гражданским обществом. Это взаимодействие ориентировано на сложившиеся приоритеты и механизмы, которые заданы как выбором самого бизнеса, так и характером его отношений с государством и уровнем самоорганизации «третьего сектора». Очевидно и влияние особенностей американского менталитета, или, скорее, тех представлений о себе, которые целенаправленно культивируются как залог образа «процветающей нации», имеющей «обоснованные» претензии на мировое цивилизационное лидерство. Крупный бизнес и в США, и на мировых рынках выступает воплощением духа предприимчивости и успеха – важнейших основ строительства американской нации.

В сфере корпоративного управления американские корпорации традиционно ориентируются на модель «компании акционеров», основной отличительной чертой которой является полный, практически абсолютный контроль акционеров и высших менеджеров над корпорацией и ее персоналом. Персонал предстает здесь только как наемная рабочая сила, продающая свой труд «продавцам» – собственникам и получающая взамен лишь заработную плату и ничего более. Компания собственников отказывается также от участия в любых социальных программах и исходит из того, что все свои социальные потребности работник должен удовлетворять за счет справедливой заработной платы. Более того, как полагают сторонники данной концепции, работникам компании гораздо выгоднее именно такой порядок удовлетворения своих социальных нужд, поскольку это дает ему возможность получать свою зарплату «сполна» и самому выбирать тот набор социальных услуг, их количество и качество, в котором он нуждается. Работнику уже ничего не навязывается, он пользуется свободой выбора, которая представляет собой одну из наиболее существенных ценностей. Основную особенность современной компании акционеров многие авторы усматривают в том, что ее владелец – это не

традиционный постоянный собственник, а становящийся все более «невидимым» массовый акционер, для которого главным критерием эффективности фирмы является котировка ее акций на фондовой бирже и размер приносимых дивидендов. Такая переориентация ведет к резкому повышению зависимости менеджеров от акционеров и тем самым побуждает управляющих следовать не логике стратегического развития фирмы, а в первую очередь добиваться повышения ее котировок на фондовом рынке.

Как известно, еще в начале 1970-х гг. М. Фридмэн определил социальное кредо бизнеса как увеличение прибылей и, соответственно, рост благосостояния акционеров. Без этой ставшей классической формулировки не обходится сегодня ни один спор сторонников корректировки приоритетов корпоративных стратегий и их оппонентов. В условиях пересмотра европейской стратегии «государства благосостояния» знаменитый постулат «дело бизнеса – бизнес» стал лозунгом неолиберальной экономической политики. В рамках такого подхода филантропия предстает личным делом индивидуального жертвователя и не интегрирована в системное видение корпоративного управления. Традиционно она до сих пор развивалась в США преимущественно в отрыве от предпринимательской деятельности компании. Однако в последние годы все большее число американских компаний склоняются к более широкой трактовке социальной ответственности, в том числе под влиянием мирового опыта.

Примечательно, что сама концепция КГ родилась в США и получила здесь широкую известность и в экспертной литературе, и в бизнес-сообществе. Согласно данным опроса руководителей компаний, подавляющее их большинство (98% представителей крупных и 81% от общего числа опрошенных руководителей 1189 фирм) считали КГ «необходимым для бизнеса приоритетом», ключевой составляющей успешного ведения дел. Около 2/3 лидеров бизнеса (44% всех опрошенных) рассматривали КГ как часть стратегии предпринимательской деятельности.

При этом, однако, согласно данным того же опроса, «положительное отношение обгоняло реальные практики».⁸

Компании зачастую просто переносят на модель КГ те традиционные виды социальной активности, которые отличают деятельность американского корпоративного сектора. Масштабы такой деятельности во многом определяют общественное лицо компании. Так, практика корпоративной филантропии получила в США широкое распространение. Хотя некоторые исследователи отмечают сокращение объема пожертвований в структуре расходов американского бизнеса, корпоративная благотворительность остается для него самым доступным и популярным ресурсом реализации социально ответственной деятельности. Общий объем средств, выделенных американскими компаниями на благотворительную деятельность, составил в 2004 г. 12 млрд. долл., а в следующем году вырос до 13,77 млрд. долл. и достиг 5,3% от общего объема пожертвований на благотворительность. Основной поток пожертвований перераспределяется через корпоративные благотворительные фонды (Уол-Март, фармацевтической корпорации Авентис, Форд Моторс и др.) внутри страны (более 88%). Приоритетными сферами вложений остаются здравоохранение и социальные услуги, а также высшее образование. Большие средства вкладываются в развитие школьного образования. Но, чтобы не заниматься «латанием дыр» и добиться серьезных перемен в этой кризисной сфере, крупные корпорации и фонды (такие как Эксон или Фонд Гейтса) переходят к спонсированию программ, национального уровня и распространению успешных практик в системе школьного образования. Это, по мнению американских экспертов, «партнерство нового поколения».⁹

Быстрыми темпами растут расходы на спонсорскую деятельность в сфере искусства – неизменную составляющую имиджа успешной и динамичной американской компании. Впрочем, реализация

⁸ <http://www.eorporatephilanthropy.org/research/pubs/GivinginNumbers2006.pdf>.

⁹ http://www.forbes.com/2006/06/29/cx_ds_0710philanthropy_2.html?partner=msnbc

благотворительных проектов, не связанных напрямую с экономической деятельностью, может быть рассчитана и на получение экономических и социальных дивидендов с прогнозируемым для имиджа корпорации положительным эффектом. Речь идет, в частности, о программах социального инвестирования в развитие местных сообществ, принимающих корпорацию на своей территории. Так, действующая с конца 1960-х годов программа «Процент для искусства» стимулирует инвесторов и заказчиков включать в строительные сметы дополнительную сумму на повышение качества среды обитания. В рамках программы произведения современного искусства размещаются в общественных местах, в том числе таких, которые до недавнего времени не использовались для экспонирования – на рекламных щитах, строительных лесах, в парках, общественном транспорте и т.п.

В течение истекшего века широкое распространение получили в США Фонды местных сообществ (Community foundations) с участием структур гражданского общества, индивидуальных граждан, бизнеса. Они организуют финансирование и поддержку социальных проектов и общественных инициатив на уровне местных сообществ, мобилизуя и перераспределяя поступающие на эти цели средства доноров. Первый такой фонд появился в Кливленде (штат Огайо) еще в 1914 г., в настоящее время их число в США перевалило за 650.

Долгосрочные преимущества дает бизнесу и непосредственное взаимодействие с общественными организациями для осуществления социально значимых проектов. Такого рода «социальные альянсы» (social alliances) могут начинаться с реализации конкретных программ и разрастаться до масштабного взаимодействия в решении проблем развития территории. В качестве примера эффективного механизма развития местных сообществ в «полевом» исследовании Гарвардской школы бизнеса приводится сотрудничество компании Тимберлэнд (производитель обуви и верхней одежды) с национальной молодежной организацией «Год города» для реализации ориентированных на проблемы молодежи проектов.

Результаты сравнительного изучения инновационной деятельности в больших и малых городах США (а также Канады и ряда европейских стран) свидетельствуют о значимости такого фактора, как налаживание взаимодействия участников для совместного планирования развития. В ходе диалога создаются «обучающиеся сообщества» (learning communities). Такие сообщества поддерживают благоприятный институциональный и психологический климат для поступательного развития экономики и повышения качества жизни своих членов. Потенциал местных сообществ начинают активно осваивать и бизнес, и общественные организации, и местная власть. Пример эффективного публично-частного партнерства дает деятельность «Партнерства для развития местного сообщества» г. Питтсбурга (штат Пенсильвания) – индустриального центра, требующего существенного обновления и экономической, и социальной инфраструктуры. Здесь активны «социальные альянсы» с участием организаций «третьего сектора» и корпоративных благотворительных фондов (Фонд Форда, эндаумент компании «Хайнц» и др.).

Подобные направления деятельности, выходящие далеко за рамки традиционной благотворительности, американские исследователи оценивают как «стратегическую филантропию». Она нацелена на создание взаимовыгодных и устойчивых отношений между донорами, выделяющими средства, и их адресатами. Грамотное позиционирование компании в сфере филантропической деятельности создает солидный репутационный капитал. Оно формирует узнаваемое «лицо» бизнеса и работает на его брэнд (так, многочисленные акции Кока-Колы нацелены на то, чтобы поддерживать стойкие ассоциации самой этой корпорации и ее продукции с американским патриотизмом и американским образом жизни). Благотворительность может использоваться и как ресурс сплочения персонала, который склонен поддерживать и разделять общие позитивные ценности и идентифицировать себя с ответственной фирмой. В более долгосрочном плане реализуется

стратегия обеспечения отдачи от корпоративной благотворительности для бизнеса и, в первую очередь, для его акционеров.

Координацией деятельности в области стратегической филантропии занимается форум руководителей американских компаний – Комитет по развитию корпоративной филантропии. Предлагаемые инициативы носят добровольный характер. Государственное участие сводится к рамочному правовому регулированию в таких приоритетных для США сферах, как, например, лоббистская деятельность. Социальные ожидания общества по отношению к государству также в основном не выходят за пределы законодательно регулируемого минимума (если исключить комплекс вопросов, связанных с обеспечением общественной и личной безопасности). Это открывает простор для перераспределения функций государства и корпоративного сектора, причем выбор сфер приложения сил и средств остается за бизнесом. Так, в приоритетной для американской стратегической филантропии сфере образования действуют сотни тысяч партнерских программ; наибольший размах получила программа IBM по реформе образования через инновационное использование собственных разработок и создание новых рабочих мест. Реализуются целевые программы поддержки малого бизнеса. Другое, «внутреннее» направление – социальная поддержка персонала самих корпораций.

Американские компании работают в той зоне ответственности, которая в Европе по большей части закреплена за государством. Программы поддержки персонала разнообразны и предусматривают различные формы индивидуального стимулирования. Львиная доля затрат приходится на расходы на пенсионное обеспечение и медицинское страхование. В инновационных отраслях высокий уровень «внутренних» социальных издержек вполне окупается за счет повышения качества интеллектуального капитала. Сложнее обстоит дело на традиционных производствах, таких, как автомобилестроение, где подобные издержки, заметно повышая затраты на трудовые ресурсы, стимулируют вывоз капитала за рубеж и, соответственно,

ведут к сокращению рабочих мест в национальной экономике (в связи с чем может в перспективе возникнуть настоятельная потребность в государственном регулировании).

Традиционное для США направление «прорастания» бизнеса в толщу общественных отношений – многообразные формы волонтерской работы сотрудников компании. По данным Центра корпоративного гражданства при Бостонском колледже, 82% американских фирм имеют программы волонтерской деятельности и около трети оплачивают их. В качестве примера объемов вовлеченности сотрудников можно привести уже упоминавшуюся компанию «Тимберлэнд», персонал которой имеет возможность участвовать в волонтерской деятельности в течение 40 оплачиваемых часов ежегодно или брать для такой работы длительный отпуск. Подобные инициативы, часто менее затратные, чем масштабные благотворительные акции, дают заметную отдачу. Они не только выстраивают вокруг корпорации систему дружественных ей социальных связей, но и способствуют укреплению внутрикорпоративной солидарности, того «духа команды», который издавна рассматривается в США как инструмент повышения конкурентоспособности и накопления социального капитала.

Развивается и практика социально ответственного инвестирования, общий объем таких инвестиций составляет порядка 1 трлн. долл. Особую нишу занимают целеориентированные маркетинговые стратегии, использующие принципы корпоративной филантропии для повышения экономической отдачи. Их аудитория – потребители, которым предоставляется право лично сделать вклад в «добрые дела» через покупку товаров и услуг компании. Фиксированная часть прибыли перечисляется на решение конкретных социально значимых целей, при этом существенных изменений в стратегиях корпоративного управления такие инициативы за собой не влекут.

Объемы социально ориентированного маркетинга на протяжении последних двух десятилетий стремительно росли как в США, так и в Европе. Крупнейшие игроки розничной сети, особенно в сфере услуг (такие, как Макдональдс или Уол-Март), широко используют этот стимул для повышения объема продаж и поддержания имиджа ответственной компании. Положительное отношение граждан США к социально ориентированным маркетинговым кампаниям стабильно растет: в 1993 г. о поддержке подобных инициатив заявили 66% опрошенных в рамках целевого исследования об отношении к корпоративным стратегиям, спустя 11 лет (2004 г.) таких было 72%.

При анализе распространенных в США форм социально ответственной деятельности обращает на себя внимание, как уже отмечалось выше, преобладание ориентации, уходящих корнями в традиции американского менталитета и политической культуры. Это касается в первую очередь выбора приоритетных направлений – филантропии, волонтерской активности и маркетинговых стратегий. Что же до круга вовлеченных во взаимодействие с корпорациями стейкхолдеров, то он относительно узок и избирателен, доминирующие позиции здесь занимают акционеры, наемный персонал и местные сообщества. Институционализированные механизмы согласования интересов практически отсутствуют. Более низким, чем в Европе, остается уровень охвата компаний социальной отчетностью. Вместе с тем разразившаяся в начале 2000-х гг. серия корпоративных скандалов способствовала ужесточению правил обязательной корпоративной отчетности, в первую очередь в целях защиты интересов миноритарных акционеров.

Наличие этического кодекса поведения компании – обязательное условие для ее котировки на Нью-Йоркской, фондовой бирже. Разрабатываются программы интеграции КСО в перспективные планы экономического развития корпорации и отрасли, но этот процесс только начинает набирать ход. Претендуя на роль лидеров мирового рынка,

американские корпорации часто игнорируют систему международных договоренностей (например, Глобальный договор ООН), активно лоббируют против многосторонних международных инициатив (в частности, против Киотского протокола). При этом в соответствии с минималистской традицией взаимодействия государства и бизнеса роль государства в продвижении глобальных инициатив по линии КСО и КГ остается минимальной, и вопрос о целесообразности расширения участия государства в таких инициативах стоит в повестке дня. В частности, в американском экспертном сообществе обсуждается необходимость разработки новой стратегии взаимодействия государства и корпоративного сектора, которая связала бы международные торговые соглашения и добровольные усилия компаний по продвижению стратегий корпоративной ответственности. Инициативы на этом направлении предпринимаются: так, в соглашения о свободной торговле со странами Центральной Америки и с рядом третьих стран включены принципы КСО. В частности, доступ текстиля из Камбоджи оговорен в двустороннем соглашении согласием этой страны на мониторинг условий труда на своих фабриках со стороны МОТ. Такого рода инициативы призваны способствовать улучшению негативного образа США в мире. Разработка повестки дня для государства в продвижении инициатив по КСО на глобальном уровне ведется под эгидой Института Кенана (Frank Hawkins Kenan Institute of Private Enterprise). Важным «негативным стимулом» роста вовлеченности корпоративного сектора США и государства в инициативы международного уровня становится кризис американской стратегии мирового политического лидерства.

Выход на глобальные рынки товаров, капиталов, услуг и рабочей силы, способствует распространению социальных стандартов и практик. Есть немало примеров адаптации, пусть вынужденной, к требованиям организаций гражданского общества, хотя сама практика переговорного процесса до сих пор непривычна для американского бизнеса, не имеющего опыта социального партнерства на национальном уровне. Стремление

говорить на одном «корпоративном языке» с европейским и азиатским бизнес-сообществами стимулируют и дискуссии о путях и методах эффективного управления в целях обеспечения устойчивого развития. Фактором, побуждающим американских корпоративных игроков к обсуждению параметров корпоративного гражданства, в первую очередь – применительно к третьим странам, выступает та же опасность дальнейшего роста антиамериканизма, причем не только в странах третьего мира, но и в Европе.

Серьезным стимулом корректировки социальных программ американских корпораций в ближайшее десятилетие является кризис стратегий мультикультурализма и «позитивной дискриминации». Ощущение личной незащищенности и угрозы безопасности подрывают традиционную для американской демократии модель жесткого разграничения сфер влияния государства, бизнеса, индивида. В этих условиях перспектива отрицательной динамики накопления социального капитала определяет необходимость системного взаимодействия государственных учреждений (как на федеральном уровне, так и в масштабах штатов), местных сообществ и компаний для реализации адресных проектов, обращенных к разным группам стейкхолдеров. Новые общественные запросы стимулируют поиски механизмов взаимодействия с более широким и разнообразным кругом заинтересованных в участии в корпоративных проектах субъектов. При этом возросшая обеспокоенность общества проблемами безопасности подталкивает к введению некоторых элементов обязательного регулирования социальной ответственности бизнеса. Так, под влиянием корпоративных скандалов в США был принят закон о корпоративной ответственности (Sarbanes-Oxley Act 2002), предусматривающий жесткие стандарты финансовой отчетности и аудита и крупные штрафы за уничтожение отчетности.

В повестке дня стоит вопрос и о пересмотре минималистских подходов к организации корпоративного управления. Если руководствоваться

общественными настроениями, то управляющие органы должны стать более репрезентативными и включать представителей наемного труда, а их решения – носить более открытый характер. Хотя на этом пути есть «правовые, идеологические и политические преграды», связанные с традицией использования преимущественно налоговых инструментов регулирования, однако этот подход необходимо пересмотреть для того, чтобы «принципы представительного управления и демократии, которыми дорожит американское общество, распространились на такой ключевой институт, как корпорация, оказывающий влияние на жизнь миллионов людей». Тем более что именно органы корпоративного управления определяют приоритеты стратегии и выстраивают механизмы продвижения одних интересов либо в ущерб, либо во взаимодействии с другими.

Корпоративная демократия может стать, по мнению представителей американского экспертного сообщества, важной составляющей демократии политической, однако до сих пор решение этой задачи рассматривалось как препятствие на пути эффективного управления. Для крупных американских компаний такая реформа – важный шаг к утверждению модели корпоративного гражданства. Ее двигателями могут стать в первую очередь те группы стейкхолдеров, кому реформа может принести реальные дивиденды – профсоюзы или пенсионные и взаимные фонды, объединяющие портфельные инвестиции миноритарных акционеров, а также различные движения гражданских инициатив, действующие в сфере интересов корпоративного сектора.

Особенно заметные изменения происходят в отношениях компаний с миноритарными акционерами. Во-первых, влиятельные группы интересов, такие, как Американская федерация государственных, окружных и муниципальных служащих (American Federation of State, County and Municipal Employees), воспользовались последствиями корпоративных скандалов и последовавшими за ними изменениями в законодательстве для того, чтобы внести в политическую повестку дня вопрос о необходимости

обеспечить акционерам право избирать своих полномочных представителей в состав советов директоров (до сих пор они имели лишь право совещательного голоса). Это требование встречает сопротивление в руководящих органах компаний. Нецелесообразность повышения уровня представительства акционеров мотивируется опасностью падения эффективности корпоративного управления и перспективой политизации самой процедуры выборов. Во-вторых, группы акционеров – социальных активистов (social shareholder activists) оказывают все более ощутимое и целенаправленное давление на руководство компаний в формировании повестки дня социально ответственной деятельности и в выборе ее приоритетов. Согласно экспертным оценкам, они получают более 10% голосов при голосовании соответствующих корпоративных резолюций. Основываясь на предписании Комиссии по ценным бумагам и фондовым рынкам, которое обязывает пенсионные и инвестиционные фонды публиковать данные о доверительном голосовании и тем самым сделать голосование держателей больших пакетов более прозрачным, такие группы интересов берут на себя продвижение инициатив, которые традиционно находились в сфере внимания организаций гражданского общества. В частности, они добиваются внесения общественно значимых социальных вопросов непосредственно в повестку дня годового собрания акционеров. Делается это для того, чтобы привлечь внимание руководства компании к проблемам политического характера, таким, как изменения климата и Киотский протокол или международные инициативы в защиту прав человека. Под «прицел» попали, в частности, прецеденты цензуры Интернета в развивающихся странах и роль американских сетевых гигантов (Cisco, Yahoo, Google). В 2005 г. число резолюций, внесенных этой группой стейкхолдеров по социальным и природоохранным вопросам, выросло до 348 (в 2003 г. – 299), и многие пользовались растущей поддержкой со стороны институциональных инвесторов. Правда, чтобы добиться поддержки, необходима квалифицированная экспертная проработка вопросов,

выносимых на голосование, и строгий отбор значимых. Иначе велики риски не собрать нужного числа голосов, что пока нередко и происходит.

В конечном счете, требование большей прозрачности и ответственности за выбор компанией своих приоритетов со стороны групп акционеров-активистов, принимающее в США организованные формы – одно из перспективных направлений продвижения здесь по пути корпоративного гражданства. А участие акционеров в контроле над деятельностью корпоративного сектора является, по мнению американских экспертов, одним из механизмов создания «гражданской экономики» «нового капитализма» в его американском варианте, ориентированном на модель компании акционеров.

Сама проблематика КГ становится заметной частью публичного дискурса. По данным опросов, американские потребители готовы считать «хорошими корпоративными гражданами» только компании, включающие филантропию и ответственные практики ведения бизнеса в систему корпоративного управления. В их числе называются «справедливое отношение к персоналу, этически мотивированные, честные и прозрачные формы ведения бизнеса, расширение приоритетов за рамки производства качественных товаров и услуг, внимание к интересам потребителей и местных сообществ при принятии решений». Отмечается важность активности компании на различных направлениях социально ответственной деятельности и приверженности принципам КСО и устойчивого развития. По мнению 2/3 опрошенных, КГ «должно стать приоритетным направлением деятельности компании» и «рассматриваться как капиталовложение, актив и конкурентное преимущество», которые обеспечивают успех бизнеса.

Как показал проведенный сравнительный анализ страновых моделей корпоративного гражданства, американская модель отличается от европейской по целому ряду признаков. Основными отличиями, на наш взгляд, являются:

– во-первых, американский подход к правоприменению КГ основан на принципах прецедентного права, тогда как в европейских странах законодательство более кодифицировано;

– во-вторых, долгие годы социальные программы американского бизнеса реализовывались через благотворительные фонды, в Европе же, напротив, упор делался на адресные социальные программы и бизнес-проекты;

– в-третьих, в США отношения в сфере труда построены на принципах индивидуализма, тогда как в Европе доминирует принцип коллективной солидарности;

– в-четвертых, методы информационного сопровождения мероприятий КСО в США более разнообразны, нежели в Европе, однако на европейском континенте «общий градус» КГ и КСО выше.

Отличительные особенности американской и европейской моделей корпоративного гражданства сведены в таблицу 4.2.

Таблица 4.2 – Отличительные особенности страновых моделей КГ

Отличительный признак	Европа	США
Модель корпоративного управления, лежащая в основе модели КГ:	«Компания участников»	«Компания акционеров»
Основа (ядро) модели КГ:	Диалог со стейкхолдерами	Дело бизнеса – бизнес
Движущая сила КГ	Крупный, средний и малый бизнес	Крупный бизнес
Приоритетные направления социальной ответственности	Стратегическая филантропия	Благотворительность. Филантропия – личное дело каждого, не интегрирована в систему видения корпоративного управления, развивается в отрыве от предпринимательской деятельности
Распространители КГ	Государственные и общественные фонды и компании	Корпоративные благотворительные фонды

Продолжение таблицы 4.2

Отличительный признак	Европа	США
Приоритетные сферы социальных программ	Экология, социальные услуги, здравоохранение. Выбор сфер осуществляет государство.	Здравоохранение, социальные услуги, образование искусство. Выбор сфер остается за бизнесом
Уровень участия частного сектора	Средний	Средний
Уровень государственной инициативы	Высокий	Низкий, рамочное правовое регулирование
Уровень общественной дискуссии	Средний (форумы, круглые столы, общественные слушания)	Ниже среднего
Уровень институционализации КГ	Выше среднего. Основные институты: Экономический и социальный комитет, Европейский Круглый стол, Европейский многосторонний форум по КСО и др.	Институционализированные механизмы согласования интересов практически отсутствуют
Уровень охвата компаний социальной ответственностью	Высокий, практический	Ниже, чем в Европе, в большей степени теоретический

На основании проведенного сравнительного анализа национальных и региональных практик КСО в развитых странах можно выявить факторы, определяющие вектор и приоритеты становления модели корпоративного гражданства. Это:

- роль государства в национальной экономике, характер отношений государства и бизнеса и. уровень их институционализации;
- приоритеты законодательного регулирования деятельности частного сектора;
- отраслевая структура бизнеса (наличие крупных компаний в секторе нефтедобычи и переработки, известных брендов-производителей потребительских товаров и услуг);
- наличие авторитетных компаний – лидеров в продвижении практик социальной ответственности;
- традиции благотворительности и волонтерства;
- особенности этики бизнеса;

- уровень институционализации переговорного процесса, в том числе с участием широкого круга стейкхолдеров, и наличие традиций социального партнерства; в основе институционализации лежит процесс согласования интересов; обеспечивается необходимая мера подчинения индивидуальных интересов групповым или общественным, происходит их деиндивидуализация;

- вовлеченность организаций гражданского общества в обсуждение практик КСО и в их мониторинг;

- накал общественной дискуссии по вопросам корпоративной ответственности, отражение этой дискуссии в СМИ;

- уровень общественной обеспокоенности проблемами охраны окружающей среды;

- степень заинтересованного участия научного и экспертного сообщества.

Перечисленные факторы в той или иной степени задают параметры дискуссии о социальной ответственности бизнеса в различных странах и регионах мира и о перспективах становления модели корпоративного гражданства.

4.3 Основные тенденции формирования корпоративного гражданства в современной России

Являясь локомотивом национальной экономики, основными донорами государственного бюджета, а также крупными работодателями, существенно влияющим на уровень занятости, оплату труда и систему социально-трудовых отношений, корпорации в значительной степени определяют не только экономическое, но и социальное развитие страны. Как результат усиливается социальная функция корпорации. Для России она имеет особое

значение, связанное не только с предоставлением работникам средств к существованию, но и с социальной реализацией личности.

Однако с течением времени этого становится недостаточно. Вторгаясь в общественную жизнь и оказывая на нее существенное влияние, корпорации во многом остаются замкнутыми, изолированными от общества структурами. Сугубо материальная поддержка общественных нужд и потребностей, безусловно, способствует общественному признанию вклада корпораций в развитие социальной сферы, но существенно сократить дистанцию, отделяющую их от общества, она не в состоянии. Чтобы кардинально преодолеть расхождение интересов корпоративных «игроков» с приоритетами общественного развития, требуется нечто большее, а именно целостная система мер, направленных не только на поддержку общественных ценностей, но и на организационно-политическое сближение корпорации с гражданским обществом и его институтами в рамках концепции корпоративного гражданства.

Отдельные исследователи [4, 5] полагают, что обязательным условием реализации концепции корпоративного гражданства в России является наличие равноправных отношений как между стейкхолдерами и корпорацией, так и между самими стейкхолдерами. Если данное условие выполняется, но корпорация как политический субъект взаимодействует с государством не на равных (а в России именно так и происходит), то такое взаимодействие не делает ее «корпоративным гражданином». Однако, «взаимодействие на равных», особенно корпорации с государством, на наш взгляд, представляется экономическим романтизмом. На равных могут взаимодействовать лишь те экономические субъекты, которые обладают одинаковой экономической и политической силой.

Правомерно говорить не о «взаимодействии на равных», а о взаимодействии всех стейкхолдеров, корпораций и государства на общепризнанных единых принципах гражданского общества, которые, к сожалению, до настоящего времени еще не выработаны. Чаще всего

подобная ситуация объясняется отсутствием доверия между государством, бизнесом, НКО, потребителями, экологами, правозащитниками и другими институтами гражданского общества. Данная ситуация усугубляется тем, что до настоящего времени не сформулирован системный запрос со стороны структур гражданского общества на взаимодействие с бизнесом. Более того, инициативы конструктивного взаимодействия остаются прерогативой отдельных корпораций, и, как правило, реализуются на уровне градообразующих предприятий. Все это, свидетельствует о том, что процесс становления российской модели корпоративного гражданства находится в самом начале своего формирования. Несмотря на то, что российская модель корпоративного гражданства пока не сформировалась, уже явно просматриваются ее отдельные черты (таблица 4.3).

Таблица 4.3 – Корпоративное гражданство в Европе, США и России

Сравниваемые индикаторы	Европа	США	Россия
Основные стейкхолдеры по степени важности	Персонал. Потребители. Местное сообщество. Акционеры. Государство	Акционеры. Государство. Потребители. Персонал. Местное сообщество	Государство. Акционеры. Персонал. Потребители.
Движущие силы развития корпоративного гражданства	Корпорации. НКО. Государство.	Государство. НКО. Корпорации.	Государство. Корпорации. Местные органы власти.
Роль НКО	Многочисленны и многообразны. Основной проводник корпоративного гражданства, сотрудничающий с бизнесом. Оказывают большое влияние на общественное мнение. Обладают реальными механизмами давления на бизнес в целом.	Многочисленны и многообразны. В основном представлены фондами местных сообществ. Оказывают существенное влияние на общественное мнение.	Пока сравнительно немногочисленны. Скорее помощники, чем двигатели корпоративного гражданства.
Распространители корпоративного гражданства	Государственные и общественные фонды. Компании.	Корпоративные благотворительные фонды.	Отдельные крупные корпорации.
Уровень общественной дискуссии	Средний (форумы, круглые столы, общественные слушания).	Ниже среднего.	Низкий.

Продолжение таблицы 4.3

Сравниваемые индикаторы	Европа	США	Россия
Социальная отчетность (СО) корпораций	Эффективный инструмент государственной политики. Стандарты СО хорошо адаптированы и широко применяются. Ориентирована на всех стейкхолдеров.	Иницируется корпорациями. Стандарты СО хорошо адаптированы и широко применяются. Социальный аудит является составной частью СО. Ориентирована на большинство стейкхолдеров.	Находится на начальном этапе. Недопонимается как целостная система. Недооценивается значимость СО для долгосрочного развития. В основном ориентирована на государство и акционеров (в меньшей степени – на общество).
Уровень институционализации корпоративного гражданства	Выше среднего. Основные институты: Экономический и социальный комитет, Европейский Круглый стол, Европейский многосторонний форум по КСО и др.	Институционализированные механизмы согласования интересов практически отсутствуют.	Институционализированные механизмы согласования интересов в большей степени реализуются на региональном уровне
Период становления	Конец XX века	90-е гг. XX века	Начало XXI века

Несмотря на то что вопрос о применимости понятия «корпоративное гражданство» к деятельности российских корпораций уже не раз ставился на страницах исследований, посвященных отношениям бизнеса, общества и власти в России [173, 175], анализ перспектив утверждения в нашей стране данной модели находится еще в начальной стадии. Впрочем, это не означает, что российский корпоративный сектор не волнуют проблемы взаимодействия с обществом и государством в условиях глобального мира. Элементы корпоративного гражданства используются рядом крупных компаний, хотя сами они предпочитают говорить о КСО. Развивается практика социального аудита. Ассоциация менеджеров России открыла Депозитарий социальных программ, корпоративных социальных отчетов и моделей социального партнерства, где фиксируются достижения крупных российских компаний в сферах реализации и продвижения социальных проектов. Появились первые кодексы корпоративного поведения. Однако превращение отдельных социально ответственных практик в полноценное целеполагание — дело

будущего, и успех на этом пути во многом зависит от политических отношений бизнеса, власти и гражданского общества. По данным действующего в России филиала британского Объединения благотворительных организаций (Charities Aid Foundation), российский бизнес тратит на благотворительность до 17% чистой прибыли. Это выше, чем в среднем на Западе. Но такие расходы, как правило, не афишируются. Благотворительность в узком смысле связывается с индивидуальной активностью владельца конкретного бизнеса. Спонсорство предполагает поддержку проектов в сферах, которые работают на имидж компании. Подобные проекты делают ее «узнаваемой» во властных структурах регионального и федерального уровня. В результате бизнес встраивается в систему взаимодействия с властью и информационным сообществом. Меценатство – традиционная сфера вложения отечественного капитала – означает поддержку проектов, не относящихся к сфере непосредственных экономических интересов компании. В идеале вся эта деятельность носит добровольный характер и выходит за рамки установленного законом минимума.

Благотворительность и корпоративная социальная ответственность часто трактуются в нашей стране как синонимы. В реализации практик КСО уже выявились лидеры, среди них ГМК «Норильский никель», ОАО «ЛУКОЙЛ», ФК «Уралсиб», ОАО «Северсталь», группа СУАЛ, АФК «Система» и др. По объему от валовых продаж лидируют предприятия химической (11,9%), лесной и деревообрабатывающей (5,5%) промышленности, черной металлургии и электроэнергетики (4,3%); на последних позициях – финансовый сектор (0,1%). Согласно данным Депозитария социальных программ, предприятия упомянутых отраслей (а также топливного комплекса) дальше других продвинулись и в реализации практик КСО по шести ключевым направлениям (развитие персонала и его профессиональная подготовка, безопасность и охрана труда, природоохранная деятельность и ресурсосбережение, развитие местного сообщества, добросовестная деловая

практика и социальная отчетность). По оценке вице-президента и исполнительного секретаря РСП П.И. Юргенса, нормальная, цивилизованная благотворительность системного характера в стране уже возникла и активно развивается. Предпринимательское сообщество в лице своих влиятельных объединений лоббирует отмену 13% налога на благотворительную деятельность, доказывая, что это позволит вывести благотворительные денежные потоки из «серой» зоны и сделать такие вложения выгодными для самого бизнеса.

Однако развитие практик КСО упирается не только в налоговую проблему. Среди факторов торможения и пробуксовка механизмов законодательного регулирования (только в Налоговый кодекс РФ за последние три года внесено больше 3 тыс. изменений и дополнений), и неэффективность органов исполнительной власти, и непрозрачность корпоративного управления. За сужением поля КСО до благотворительности просматривается прямое давление власти на бизнес, превращение подобной деятельности в квазидобровольную (в первую очередь – на уровне регионов и местных сообществ).

Особенностями российской практики корпоративного гражданства остаются центральная роль государства в системе отношений с бизнесом и отсутствие консолидированной позиции самого предпринимательского сообщества. Его взаимодействие с государством не носит системного характера, хотя стратегии такого взаимодействия требуют пристального внимания уже сегодня. Встречное движение власти должно определить зоны общей ответственности государства и бизнеса (например, через систему социального партнерства) и четко разграничить обязательные и добровольные сферы социально ответственной деятельности. Согласно данным ИКСИ РАН, граждане ждут от корпораций развития материальной базы здравоохранения, образования, науки, культуры, спорта (56,6%), создания новых рабочих мест (55,8%), помощи наиболее социально уязвимым группам (41,6%) [219]. Иначе говоря, общество рассчитывает

восполнить за счет бизнеса «провалы» государственной социальной политики.

При этом, хотя целевые корпоративные проекты выборочно компенсируют неэффективность государства, общественные надежды по-прежнему обращены именно к последнему. Широко распространено представление, что только государственное регулирование способно сделать российский бизнес социально ответственным. В ряду необходимых для этого мер на первом по значимости месте упоминается разработка системы поощрений (27%), далее следуют создание системы социальной отчетности и контроль за ее исполнением (25%), проявление социальной ответственности со стороны самого государства (20%), выведение бизнеса из «серой» зоны и борьба с неплательщиками и налогов (17%), разработка этического кодекса поведения бизнеса и стимулирование его исполнения (14%), создание фонда средств для социальных программ (10%), показательные процессы против недобросовестных предпринимателей, освобождение бизнеса от излишнего давления власти (по 6%) [220].

Социальная составляющая развития – это область «перекрестной» ответственности государства, бизнеса и заинтересованного в результатах их деятельности населения. Как известно, уровень самоорганизации социальных интересов в России остается низким, несмотря на внушительное число общественных организаций. Институты гражданского общества нередко ориентируются на статус грантополучателей. Запрос на системное взаимодействие с бизнесом практически не сформирован. Подобные инициативы – прерогатива отдельных компаний, чье руководство рассматривает социальную ответственность в качестве ресурса развития и повышения конкурентоспособности. Но и здесь можно говорить скорее о единичных примерах («Норильский никель», «ЛУКОЙЛ Пермь» и др.) Формирование модели корпоративного гражданства напрямую зависит от роста гражданского самосознания. Гражданское самосознание определяет уровень общественных ожиданий по отношению к бизнесу и механизмы

учета взаимных обязательств бизнеса, государства и групп социальных интересов. Пока же широкое распространение теневых практик в сфере государственного управления и предпринимательской деятельности не встречает в России сколько-нибудь заметного общественного сопротивления. Прорастая в публичную сферу, такие практики начинают восприниматься как эффективное средство продвижения и защиты интересов. Это подрывает саму возможность заключения «общественного договора» между бизнесом, властью и социумом, переводит его в плоскость «торга» за привилегии и экономические дивиденды.

Создание формальных институтов переговоров по образу и подобию западных трипартистских структур, как свидетельствуют результаты деятельности федеральной Трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отношений, проблемы не снимает (и не может снять). Стимулами к использованию практик КСО для крупных российских компаний сегодня являются выход на мировые рынки и необходимость соблюдения установившихся там «правил игры». Освоение российским бизнесом такого ресурса, как отношенческий капитал, находится еще в зачаточной стадии. Поэтому, как представляется, перспективы выбора нашей страной модели корпоративного гражданства зависят в первую очередь от разработки и осуществления проекта национального развития, который бы интегрировал стратегии социально ответственного бизнеса и развитого гражданского общества.

В заключение следует отметить, что в современных условиях конкурентоспособность национальной экономики все в большей степени определяется не природными, а социальными факторами. Общество влияет на эффективность деятельности бизнеса качеством рабочей силы, уровнем покупательной способности. Благоприятное социальное окружение способствует развитию корпораций, которые обеспечивают рабочие места, повышают качество товаров и услуг, выплачивают налоги и способствует социально-экономическому развитию страны. Взаимообусловленность

общества и бизнеса предполагает объективный выбор бизнеса в пользу социально ориентированной экономической стратегии и формирования корпоративного гражданства. Сегодня для крупных российских компаний стимулом к использованию практик корпоративной социальной ответственности и корпоративного гражданства является выход на мировые рынки и необходимость соблюдения установившихся там «правил игры». В соответствии с этим в корпорациях наблюдается стремление быть максимально социализированным институтом, который служит, прежде всего, общим целям общества, связанным со стабильным социальным развитием и безопасностью.

ГЛАВА 5

КОНЦЕПЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

5.1 Специфика взаимодействия власти, бизнеса и населения в российских регионах

Проводимые в настоящее время в России экономические и социальные реформы побуждают региональные органы власти к активной разработке собственных стратегий социально-экономического развития, поиску путей их реализации, заставляют думать о наполнении региональных бюджетов, социальной стабильности и экономическом росте. В подобной ситуации региональные органы власти вынуждены вести поиск эффективных форм и методов государственного регулирования экономики, а также учитывать возможности самоорганизации населения. Поступательное развитие регионов возможно только при устойчивом экономическом росте и взаимном сотрудничестве органов власти, бизнеса и местного сообщества в рамках социального партнерства. Однако можно констатировать, что далеко не все регионы в полной мере овладели социальным партнерством как инструментом управления развитием экономики, не оценили должным образом его возможности по комплексному решению социо-эколого-экономических проблем.

Анализ организации социального партнерства в российских регионах показывает усиление ответственности социальных партнеров за принятые решения. Некоторые администрации регионов стали использовать органы социального партнерства в качестве рычагов управления региональным сообществом в целом и местной экономикой в частности, для того чтобы в

своих руках объединить, имеющиеся экономические и административные ресурсы. Социальное партнерство становится способом регионального управления, в том случае если:

- проблемы развития региона будут тесно увязаны с объектом и предметом социального партнерства;
- критериями эффективности работы механизма регионального социального партнерства будут социально-экономические показатели развития региона, направленные на повышение жизненного уровня населения.

На систему социального партнерства в регионе влияние оказывают также российская система социального партнерства, стихийные социально-экономические факторы, а также целенаправленные действия органов власти, называемые социально-экономической политикой.

В Новгородской области, как и в других субъектах федерации, существуют актуальные для развития региона проблемы, большинство из которых отражают качество жизни населения и во многом зависят от устойчивой работы предприятий региона, уровня доходов жителей области и стабильного поступления налогов в бюджет. Решение этих задач возможно при модернизации экономики, то есть при наличии в регионе необходимого количества современных рабочих мест, обеспечивающих выпуск конкурентоспособной продукции. Между тем, постоянная нехватка финансовых ресурсов в регионе, высокая степень физического и морального износа основных производственных фондов в отраслях промышленности области, неэффективное использование оборотных средств доказывают остроту данной проблемы, и являются сдерживающими факторами регионального развития.

Многие предприятия и организации региона не могут удовлетворить потребности жителей в необходимых условиях труда, включая выплату достойной заработной платы. В улучшении данной ситуации должны быть заинтересованы, прежде всего, региональные органы власти, работодатели и

профсоюзы, которые являются основными участниками производственных и социальных отношений. Используя региональную систему социального партнерства, у перечисленных сторон есть реальная возможность проводить совместную работу по созданию в области современных рабочих мест с высоким уровнем организации производства.

Комитетами и управлениями Новгородской области совместно с органами местного самоуправления, с отдельными представителями бизнеса и их ассоциациями, с общественными объединениями работодателей и профсоюзами области регулярно осуществляется работа по развитию социального партнерства, прежде всего, с целью совершенствования практик заключения коллективных договоров и соглашений. С 2007 г. в регионе функционирует областная трехсторонняя комиссия, которая образована с целью регулирования социально-трудовых отношений и согласования социально-экономических интересов взаимодействующих сторон на территории Новгородской области.

Законодательной базой деятельности институтов социального партнерства в Новгородской области являются:

1. Областной закон «О государственно-частном партнерстве в Новгородской области», принятый Постановлением Новгородской областной Думы от 28.04.2011 г. №1796-ОД (в ред. Областного закона Новгородской области от 05.12.2011 г. №1119-ОЗ);

2. Областной закон Новгородской области от 30.04.2013 г. №244-ОЗ «О социальном партнерстве в сфере труда в Новгородской области» (принят Постановлением Новгородской областной Думы от 24.04.2013 г. №545-5 ОД);

3. Областной закон Новгородской области от 12.07.2007 г. №135-ОЗ «Об общественной палате Новгородской области» (принят Постановлением Новгородской областной думы от 04.07.2007 г. №299-ОД).

Регулярно заключаются региональные соглашения между Правительством Новгородской области, профсоюзами и работодателями, имеющие своей целью всемерное создание условий, способных реализовать

права граждан на достойный труд и его оплату, на снижение масштабов бедности, сокращение разрыва между наиболее и наименее обеспеченными слоями населения, свободное развитие человека.

Формы взаимодействия региональных органов власти и населения, используемые в области, можно сгруппировать по ряду признаков: по периодичности (регулярные, единовременные), по объему охвата населения (выборочные, массовые), по числу и формам участия представителей органов региональной власти, по степени участия представителей разных уровней региональной власти (активное участие, пассивное участие), по тиражированию, по географии осуществляемой работы, по эффективности решения значимых проблем и другим.

Наиболее распространены такие формы взаимодействия как работа с письмами и обращениями граждан, личный прием граждан по различным вопросам, осуществление общественных экологических экспертиз, областные информационные дни, работа областной общественной палаты [39, с. 49]. В городах и районах области существуют приемные Губернатора, действует система закрепления представителей Правительства Новгородской области в роли кураторов городов и районов, налажена система общественных слушаний областного бюджета и значимых для развития области законодательных актов.

Среди экономических форм взаимодействия властных и предпринимательских структур в Новгородской области распространены конкурсы и гранты, по результатам которых победителям выделяются средства из регионального или федерального бюджета. Ежегодно проводится конкурсный отбор социально ориентированных некоммерческих организаций (НКО) с целью предоставления им субсидий из областного или федерального бюджета.

Неэкономические формы взаимодействия власти, бизнеса и населения в Новгородской области включают, прежде всего, проведение совместных общественных мероприятий, открытые советы, лоббирование интересов, а

также публичные слушания.

В городах и районах области работают приемные Губернатора области, в которых регулярно проводится прием либо самим Губернатором, либо его представителями-кураторами данных территорий.

Раз в квартал уже более пятнадцати лет проводятся областные информационные дни. Это означает, что в течение одного дня Губернатор, его заместители, руководители областных комитетов и некоторых федеральных служб проводят более 100 встреч в трудовых коллективах, на сходах граждан и разъясняют позицию власти по главным проблемам. Данная технология положительно зарекомендовала себя и взята на вооружение в ряде муниципальных образований области.

Ежегодно в режиме диалога формируются трехсторонние соглашения между органами государственного управления, работодателями и профсоюзами, в которых согласуются специфические интересы сторон.

В Новгородской области – одной из первых среди других субъектов Российской Федерации – была введена система общественных публичных слушаний бюджета области и важных для ее развития законодательных актов.

При всем разнообразии форм и методов связей с общественностью необходимым компонентом каждой из них является коммуникация, предполагающая взаимный обмен информацией о целях деятельности, интересах и запросах, предлагаемых сторонами путях и методах решения проблем, учет мнений и точек зрения. Важную роль в решении этой задачи на протяжении многих лет в нашем регионе играет такая форма взаимодействия с общественностью, как областная общественная палата, в состав которой входят представители различных некоммерческих организаций и политических партий, представляющих интересы определенных слоев и социальных категорий общества [39, с. 50]:

– 20 (26,7%) организаций из состава общественной палаты являются региональными отделениями политических партий,

– 55 (73,3%) – некоммерческие организации и общественные объединения;

– 9 (12,0%) организаций основной целевой группой населения имеют молодежь, а 6 (8,0%) – пенсионеры;

– 6 (8,0%) организаций являются женскими.

На рисунке 5.1 приведено распределение членов общественной палаты по основным сферам их деятельности.



Рисунок 5.1 – Распределение членов общественной палаты по основным сферам их деятельности

Как видно из рисунка 5.1 основную долю – 24 (32%) составляют политические организации. На втором месте – 23 (30,7%) – социально ориентированные организации (ветеранские организации, детские организации, организации инвалидов и т.д.). Организации, ведущие свою деятельность в экономической сфере (например, Ассоциация женщин-предпринимателей Новгородской области, региональная общественная организация «Союз предпринимателей Новгородской области» и т.д.), представлены в количестве десяти (13,3%). Правозащитные организации представлены девятью, что составляет 12%. Остальные сферы выглядят

менее представительно: по три (4%) приходится на экологические организации и организации сферы правопорядка (например, Новгородское областное отделение Российской организации (секции) международной полицейской ассоциации и др.); две (2,7%) – национальные организации; одна (1,3%) – профсоюзные.

Необходимо отметить, что в составе областной общественной палаты профсоюзная сфера представлена единственным членом – Областной федерацией независимых профсоюзов, включающей в себя различные отраслевые профсоюзы и развернутую сеть первичных организаций.

Всего за двадцать работы общественной палаты рассмотрено более 200 различных вопросов. Наибольшее количество вопросов связано с экономической сферой. Распределение количества вопросов по сферам приведено на рисунке 5.2.

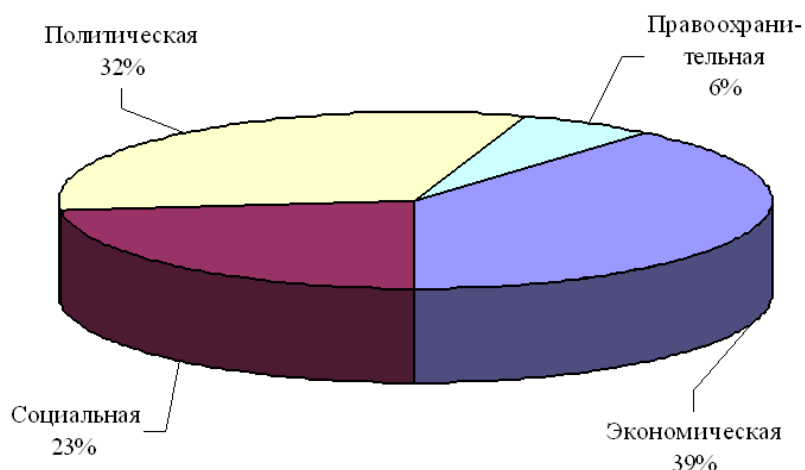


Рисунок 5.2 – Распределение количества вопросов по сферам

Большинство рассмотренных вопросов являются информационными сообщениями и докладами по различным сферам, проблемам или ситуациям. Каждый третий из рассмотренных вопросов является проектом федерального или областного нормативного правового акта. Из всех рассмотренных законопроектов 54,2% являются проектами региональных законов, а 45,8% – федеральных. Очевидно, что из-за регионального статуса общественной палаты на ее заседаниях не рассматривались проекты нормативных правовых

актов муниципального уровня. Каждый десятый вопрос касался разработки и исполнения концепции социально-экономического развития области. Восемь процентов рассмотренных вопросов касались формирования и исполнения областного бюджета.

На первом месте находятся вопросы, касающиеся всех аспектов жизнедеятельности общества и государства. К этой категории, например, относятся проекты федеральных законов «О государственном языке Российской Федерации» и «О государственном гимне Российской Федерации» и т.д. Значительную долю вопросов данного раздела составляют проекты концепций социально-экономического развития области как комплексного программного документа.

Показательным является подробный анализ работы общественной палаты над проектами концепций социально-экономического развития области. Подготовленный проект концепции Администрация области рассылает органам управления области, хозяйствующим субъектам, научным и высшим учебным заведениям, а также членам общественной палаты. Затем происходит сбор предложений, обсуждение, финансово-экономическая экспертиза предложений и корректировка проекта концепции. В результате многолетней работы выработан алгоритм разработки концепции и проведения ее общественных слушаний. Кроме того, определены порядок оформления и требования к содержанию предложений: никаких пустых заявлений и идей, все предложения должны быть четко сформулированы, обоснованы, подкреплены источниками финансирования и являться объективно необходимыми для развития области.

На сегодняшний день областная общественная палата – это востребованный общественный институт. Во-первых, это возможность прямого диалога с органами государственного управления, публичного выражения интересов своих социальных групп. Во-вторых, общественным объединениям предоставлена возможность свободно проводить общественную экспертизу проектов решений органов государственной

власти и тем самым способствовать реализации своих программных целей и задач. В-третьих, обладая достаточным интеллектуальным, профессиональным и политическим потенциалом, действуя добровольно и организованно, некоммерческие организации зарекомендовали себя надежными социальными партнерами органов власти при выполнении общественно значимых программ. В-четвертых, областная общественная палата играет важную роль в социально-экономической и политической жизни региона, способствует консолидации общественных объединений, основных политических сил, органов исполнительной и законодательной власти, сохранению стабильной общественно-политической ситуации.

Форма взаимодействия с общественностью в рамках областной общественной палаты является одной из систем обратной связи, прямым источником получения информации о состоянии общественного мнения. Подобная форма взаимодействия стимулирует гражданскую активность, позволяет объективно оценивать происходящие события в области. В результате система регионального управления претерпевает отладку, меняется ее структура и функционал: органы управления берут на вооружение положительно зарекомендовавшие себя технологии работы с общественностью.

Таким образом, взаимодействие властных структур, предпринимателей и населения в Новгородской области в настоящее время осуществляется достаточно активно, однако при этом оно не всегда носит системный и комплексный характер, зачастую не имеет должной ресурсной поддержки и, в результате, влияет на социальную политику региона не так существенно, как это необходимо в современных условиях.

В связи с этим, одной из важнейших задач региональных органов власти является не просто развитие демократического процесса в области, но и нивелирование напряжения в отношениях властных и предпринимательских структур, а также смягчение экономических, социальных и политических противоречий между отдельными группами

населения. Следовательно, одним из главных критериев эффективности регионального управления, на наш взгляд, является достижение баланса интересов всех взаимодействующих сторон посредством системного, открытого и равного диалога региональных органов власти, бизнеса и населения.

На рисунке 5.3 представлена комплексная модель взаимодействия региональных органов власти и управления с бизнесом и населением. Тонкими стрелками показано взаимодействие различных секторов гражданского общества (органов регионального управления, предпринимательских структур, некоммерческих организаций, населения), а широкими стрелками отражено направление воздействия, что подчеркивает значимость населения в системе регионального взаимодействия.

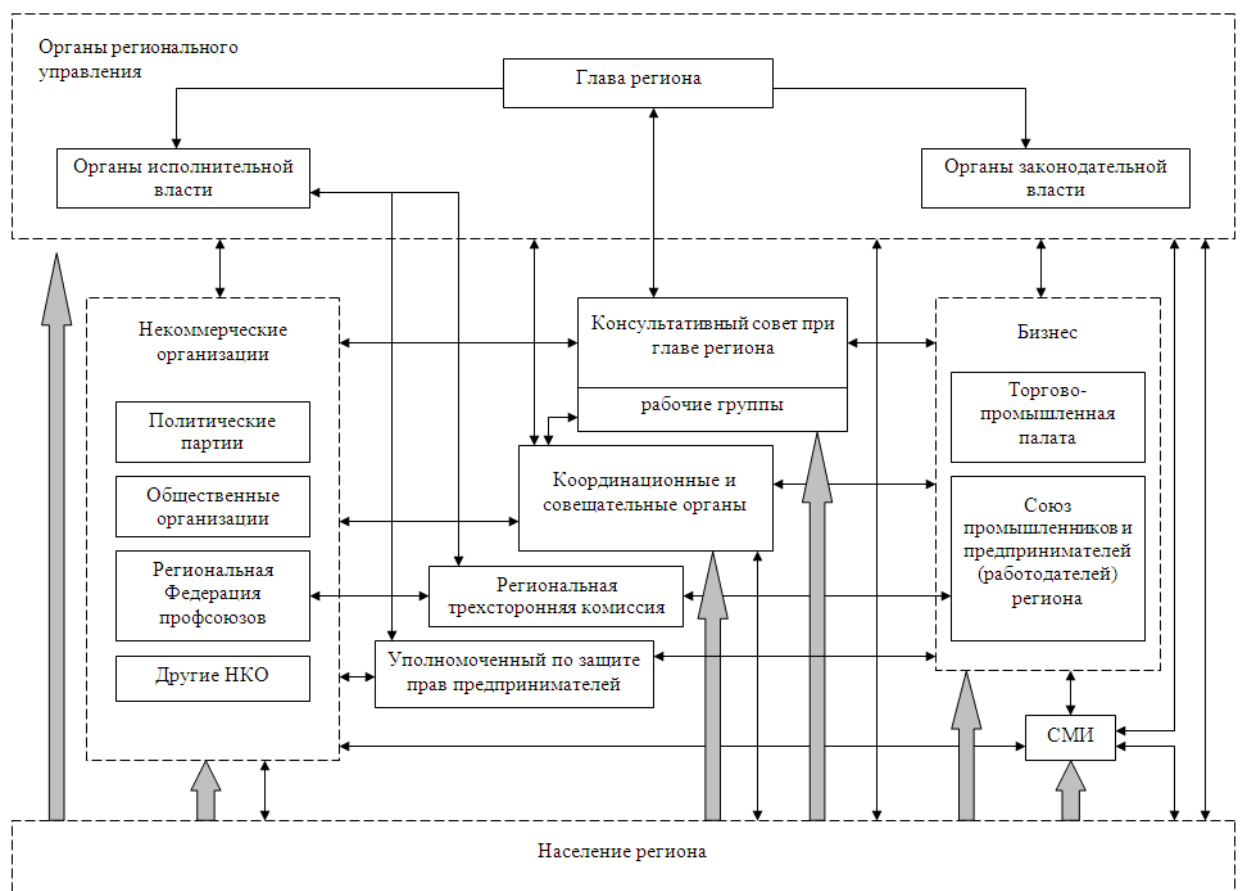


Рисунок 5.3 – Модель взаимодействия региональных органов власти и предпринимательских структур

Реализация данной модели на практике позволит достичь определенного баланса интересов всех взаимодействующих в регионе сторон на основе партнерства и конструктивного сотрудничества. Создание эффективной системы взаимодействия региональных органов власти, бизнес-структур и населения создаст определенные предпосылки для возникновения востребованного современного ресурса – отношенческого капитала, способного стать одним из ключевых ресурсов в регионе, определяющим его дальнейшее социально-экономическое развитие. Однако это будет возможно лишь в том случае, если все элементы общественного капитала будут реализовываться комплексно, представляя собой отдельные составляющие единой системы регионального управления.

Перспективы дальнейшего развития системы взаимодействия региональных органов власти, предпринимательских структур и населения в Новгородской области будут связаны с реализацией следующих направлений:

1. Дальнейшее совершенствование нормативно-правовой базы, регулирующей вопросы применения социальных технологий. Федеральные законы и законы Новгородской области не определяют четкие правовые механизмы реализации таких значимых социальных технологий, как государственный социальный заказ, конкурсное размещение региональных и муниципальных социальных грантов, государственное социальное спонсорство и т.д.

2. Совершенствование инфраструктуры некоммерческих организаций, посредством создания ресурсных организаций, оказывающих организационные, информационные, образовательные, консалтинговые и другие услуги некоммерческим организациям, стимулирования развития системы информационного обеспечения деятельности НКО и т.д. Вспомогательная инфраструктура некоммерческих организаций будет способствовать, на наш взгляд, повышению уровня социально-экономического развития общественного сектора, что является крайне

важным для дальнейшего эффективного развития в Новгородской области прогрессивных социальных технологий.

3. Внедрение и повсеместное использование эффективных механизмов социального партнерства. На наш взгляд, на территории Новгородской области рациональным представляется развитие таких успешных в других субъектах Российской Федерации механизмов социального партнерства, как общественный фонд, государственный социальный заказ, конкурсы и ярмарки социальных проектов, социальные форумы и пр.

4. Повсеместное распространение практик корпоративной социальной ответственности и социального партнерства с целью перехода к устойчивому функционированию корпоративного сектора в регионе, поскольку именно бизнес является основой всей региональной экономики.

Реализация перечисленных мероприятий позволит, прежде всего, вовремя преодолевать и предотвращать конфликты в сфере взаимодействия властных и предпринимательских структур, а также будет способствовать достижению всеми взаимодействующими субъектами взаимного согласия и повышения эффективности региональной социально-экономической политики.

5.2 Методологические аспекты формирования региональной модели социального партнерства

Построение региональной модели социального партнерства должно базироваться на следующих принципах:

- каждая сторона объединяет всех без исключения возможных представителей социального партнера, действующих на территории данного региона, независимо от их политической и иной ориентации;
- каждая сторона вправе выражать и отстаивать интересы только

своих членов и не вправе ставить вопросы о защите интересов третьей стороны;

- постановка и решение вопросов обеспечивается через формализованные и обезличенные процедуры;
- каждая сторона представляет только предварительно консолидированную позицию всех своих участников;
- принцип позитивного решения (выдвижение конструктивных программ взаимодействия и решения поставленных проблем);
- приоритетность интересов экономического развития региона по отношению к текущим потребностям каждой из сторон;
- решения, принятые на основе консенсуса, являются в равной мере обязательными для всех сторон, включая государственную.

В основе социального партнерства в регионах должно лежать сбалансированное распределение ресурсов, осуществляемое в рамках программно-целевого подхода и реализующее принципы местного самоуправления. При этом на центры социального партнерства возлагается функция выработки и согласования основных целей, задач и параметров таких программ, а также осуществление последующего публичного контроля за их реализацией со стороны органов власти и управления.

Распределение ресурсов должно осуществляться по следующим направлениям:

- экономическое развитие региона;
- формирование социальной инфраструктуры;
- система адресной социальной защиты;
- нужды управления.

При этом приоритетность снижения издержек и обеспечение экономической эффективности хозяйствующих субъектов должно быть сбалансировано с нуждами перспективного развития региона, социальной защитой действительно нуждающихся лиц (предполагающей процедуру проверки нуждаемости), выработкой позиции по отношению к федеральным

органам власти и требований в области социальной и экономической политики.

В основе такой политики должна лежать концентрация основных финансовых ресурсов на местах через механизмы формирования публичных компаний, развития системы страхования и взаимного страхования, программ реорганизации структуры издержек органов управления коммунальным и иным местным хозяйством.

Все это возможно при одновременном снижении объемов общефедеральных программ социального страхования, пересмотром налоговой системы, функций и ответственности органов власти соответствующего уровня. Иными словами, развитие системы трипартизма на местах предполагает их активную политизацию в сфере финансово-бюджетного, налогового и административного устройства Российской Федерации, которое будет (при условии нормальной организации деятельности) опираться в противовес федеральным органам на широкую поддержку населения, участвующего в формировании таких подходов на начальном уровне.

Общая схема организации трехстороннего сотрудничества в рамках системы социального страхования может быть следующей (рис. 5.4) [63]. При реализации данной структуры центры социального партнерства должны будут играть роль своеобразных центров выработки согласованной политики по всем вопросам, затрагивающим интересы партнеров: от социального страхования до налоговой политики. Учитывая широту задач, очевидно, что указанные центры нуждаются в наличии некоторых инструментов, способных обеспечить их влияние на решение вопросов. Такими инструментами могли бы стать создаваемые на трехсторонней основе в рамках центров Советы по социальному страхованию, налоговой политике и инвестиционной политике. Отработка в рамках советов тактики деятельности партнеров по решению стоящих перед ними задач позволит вовлекать в систему финансовые ресурсы, в том числе и выведенные ранее из оборота.

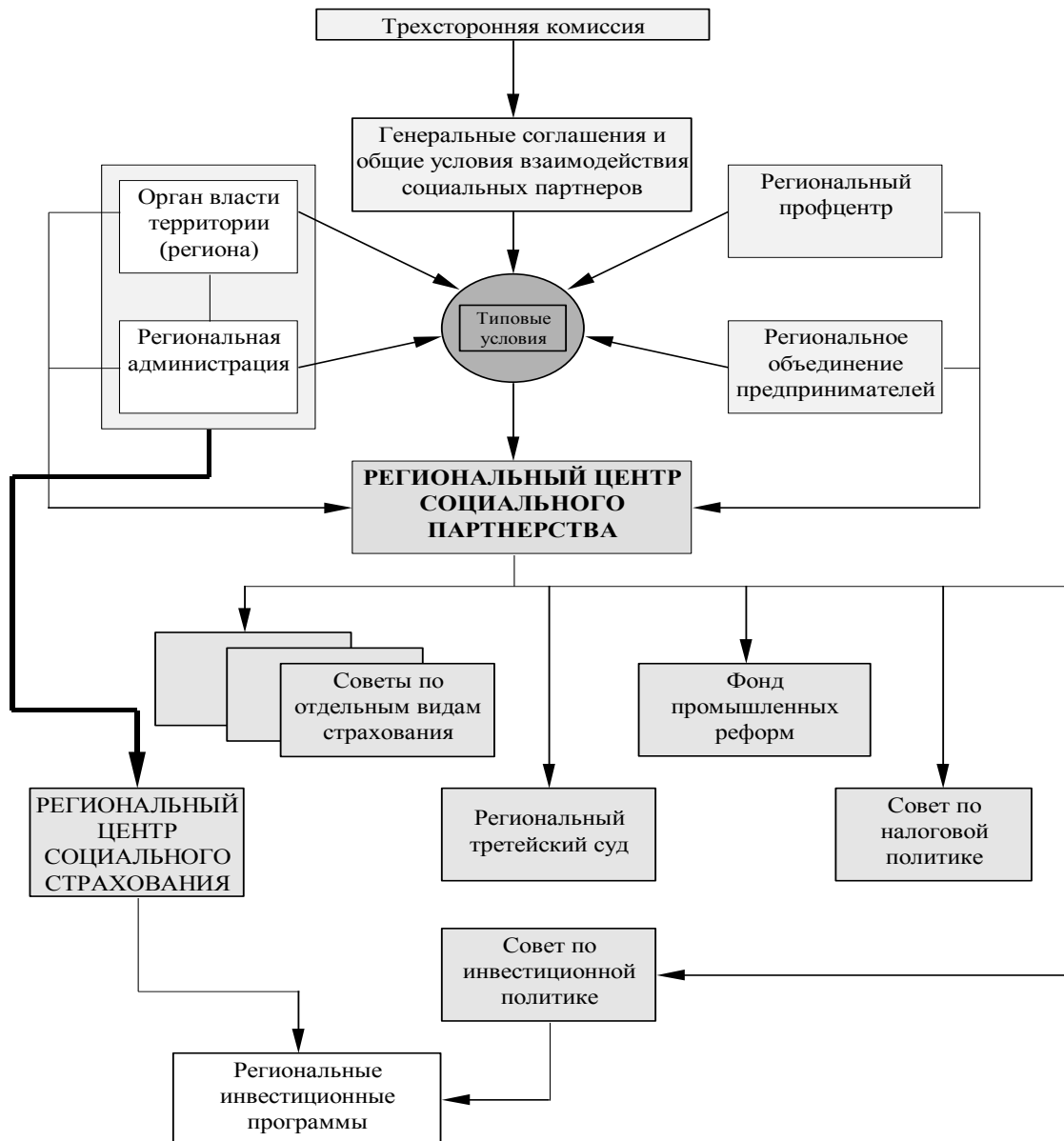


Рисунок 5.4 – Общая схема организации региональных центров социального партнерства

При этом за центральными органами осталась бы выработка стратегии решения общенациональных вопросов и создание рекомендаций по решению различных задач, связанных с развитием систем социального страхования на уровне регионов. Подходы к решению задач по формированию центров социального партнерства следующие:

1. Формирование центров социального партнерства на местах необходимо начинать с заключения многосторонних, открытых для

подписания всеми желающими, соглашений о социальном партнерстве.

Такие соглашения должны объединять на начальном этапе Региональную ТПП, иные сложившиеся региональные объединения предпринимателей, местную администрацию и местную думу (совет), все действующие территориальные профорганизации.

В последующем к нему должны быть привлечены крупные предприятия, не входящие в состав ТПП и других объединений, иные представительные организации наемных работников.

В рамках соглашения стороны должны принять на себя ряд функций и обязательств:

1) Органы власти:

- обеспечение упрощения налоговой системы и качественного снижения числа местных налогов и сборов с одновременным упрощением процедуры их учета и сбора. В перспективе – оказание давления на федеральные органы в том же направлении;

- обеспечение декриминализации бизнеса на подведомственной территории;

- отказ от всевозможных сборов на «поддержание жизни» различных муниципальных организаций, подобно плате за выписку различных справок и иных аналогичных документов;

- отмена платы за выдачу различного рода согласований и разрешений;

- ориентация на создание ресурсо- и финансово- сберегающих схем функционирования местного хозяйства;

- противодействие произволу со стороны исполнительных и иных органов федерального подчинения, обеспечение безусловного соблюдения ими требований закона;

- лишение карьерной бюрократии местного уровня права на принятие решений по тем или иным вопросам, организация контроля и жестких антикоррупционных мер, включая третейские суды на базе центров по

социальному партнерству, решения которых являлись бы основанием для увольнения лиц, берущих взятки или саботирующих принятые решения.

2) Работодатели:

- обязательства по безусловной уплате согласованных налогов и сборов;
- обеспечение безусловной выплаты заработной платы;
- обеспечение расширенного спектра социальных гарантий через согласованные (в первую очередь – страховые) механизмы;
- участие в финансировании согласованных программ социального и экономического развития региона.

3) Наемные работники:

- отказ от конфронтационных мер решения трудовых конфликтов;
- исполнение согласованных решений по социальному страхованию и социальной защите;
- паритетной (где возможно) с предпринимателями участие в финансировании и управлении системами социального страхования.

Функцию разработки проекта соглашения и обеспечения его подписания на начальном этапе может взять Торгово-промышленная палата, как наиболее организованный, квалифицированный и представительный субъект.

2. Одновременно с соглашениями необходимо принятие на местах законов о социальном партнерстве, определяющих основные направления и процедуры взаимодействия сторон в рамках процесса согласования интересов и реализации достигнутых соглашений. Разработка проектов таких актов также целесообразно получить ТПП.

3. Наряду с вышеуказанными действиями необходима разработка базовой концепции распределения ответственности и финансовых ресурсов между регионами и центром, в первую очередь в сфере налогообложения, социального страхования. Обеспечения жильем и коммунальными услугами, которая стала бы основой согласования интересов социальных партнеров.

В процессе согласования и корректировки такой концепции выявляются наиболее общие требования и подходы к решению данных вопросов, а также формируется политическая поддержка данному начинанию. При создании центров социального партнерства на региональном уровне следует иметь в виду, что их эффективное функционирование невозможно без активной пропагандистской работы, направленной на выявление и отражение общих интересов, а также на роль каждого из партнеров в реализации концепции. Положительным является тот факт, что в регионах еще достаточно высоко доверие к представителям органов власти и другим влиятельным людям, которые своим авторитетом могут поддержать становление данного института согласования общественных интересов.

5.3 Методика комплексного анализа устойчивости региональной системы с учетом принципов социального партнерства

Устойчивое экономическое развитие региона напрямую зависит от устойчивости функционирования его корпоративного сектора, поскольку именно бизнес является основой всей региональной экономики.

На современном этапе, в условиях повторяющихся глобальных финансовых кризисов, устойчивое региональное развитие является одной из приоритетных целей государственной политики России. Достижение поставленной цели, на наш взгляд, возможно лишь в комплексном решении задач стимулирования экономического роста, интенсификации инновационных процессов, привлечения инвестиций, повышения конкурентоспособности российских товаропроизводителей и их продукции, повышения уровня и качества жизни населения, улучшения экологической ситуации в регионе (см. рис. 5.5).



Рисунок 5.5 – Модель взаимосвязи устойчивого развития региона и социально-ответственных корпоративных структур

Как видно из представленной модели, достижение устойчивого развития региональной системы путем использования собственных ресурсов невозможно без стабильного экономического роста и социальных инвестиций.

Устойчивость развития региональной системы можно измерить количественно посредством системы взаимосвязанных показателей. В данную систему следует включать показатели, которые адекватно и всесторонне характеризуют состояние экономической, социальной и экологической сфер региона. С помощью системы показателей должен быть возможен анализ динамики и структуры материального производства, исходя из хозяйственной емкости региональных экосистем и финансовой обеспеченности региона. Они должны характеризовать уровень качества жизни населения и параметры экологической обстановки. Кроме того, необходимо, чтобы они отражали способность региональной системы

адаптироваться к неблагоприятным эндогенным и экзогенным факторам. Исходя из этого, предлагаются следующие группы показателей для комплексного анализа социо-эколого-экономической устойчивости развития региона как сложной экономической системы:

- 1) показатели экономической устойчивости, характеризующие динамичность развития производственного и финансового сектора экономики региона;
- 2) показатели социальной устойчивости, отражающие уровень благосостояния населения региона;
- 3) показатели устойчивости региональной экосистемы.

В рассматриваемой системе показателей важное значение имеет не только их абсолютная величина, но и их отклонение от среднего уровня. Чем меньше отклонение, тем выше устойчивость регионального развития и наоборот. В связи с этим целесообразным представляется в процессе анализа использовать комплекс показателей, характеризующих региональную устойчивость с двух позиций:

- 1) устойчивость абсолютной величины исследуемых показателей;
- 2) устойчивость изменения уровней показателей.

За основу определения первого показателя предлагается использовать показатель колеблемости как категорию, противоположную устойчивости. Коэффициент колеблемости показывает, на какую величину ежегодно увеличивается или уменьшается амплитуда колебаний исследуемых показателей-индикаторов. Чем слабее колеблемость исследуемого показателя, тем выше его устойчивость.

Для характеристики второго показателя используется коэффициент Спирмена, который позволяет измерить устойчивость изменения уровней показателей через величину их рангов. С учетом того, что динамические ряды, отражающие рост региональной экономики, в официальной статистике представлены не уровнями, а их абсолютными или относительными величинами, в расчет коэффициента Спирмена следует внести определенную

корректировку: ранжирование следует производить по значениям цепных темпов роста рассматриваемых показателей. В этом случае интерпретация коэффициента Спирмена будет такова: если каждый последующий цепной темп роста выше, чем предыдущий, то ранги этих темпов и номера лет совпадают, т.е. коэффициент Спирмена равен единице. Это означает не только полную устойчивость роста уровней ряда, но и его непрерывность.

Предлагается следующая методика комплексной оценки социо-эколого-экономической устойчивости региона (рисунок 5.6):

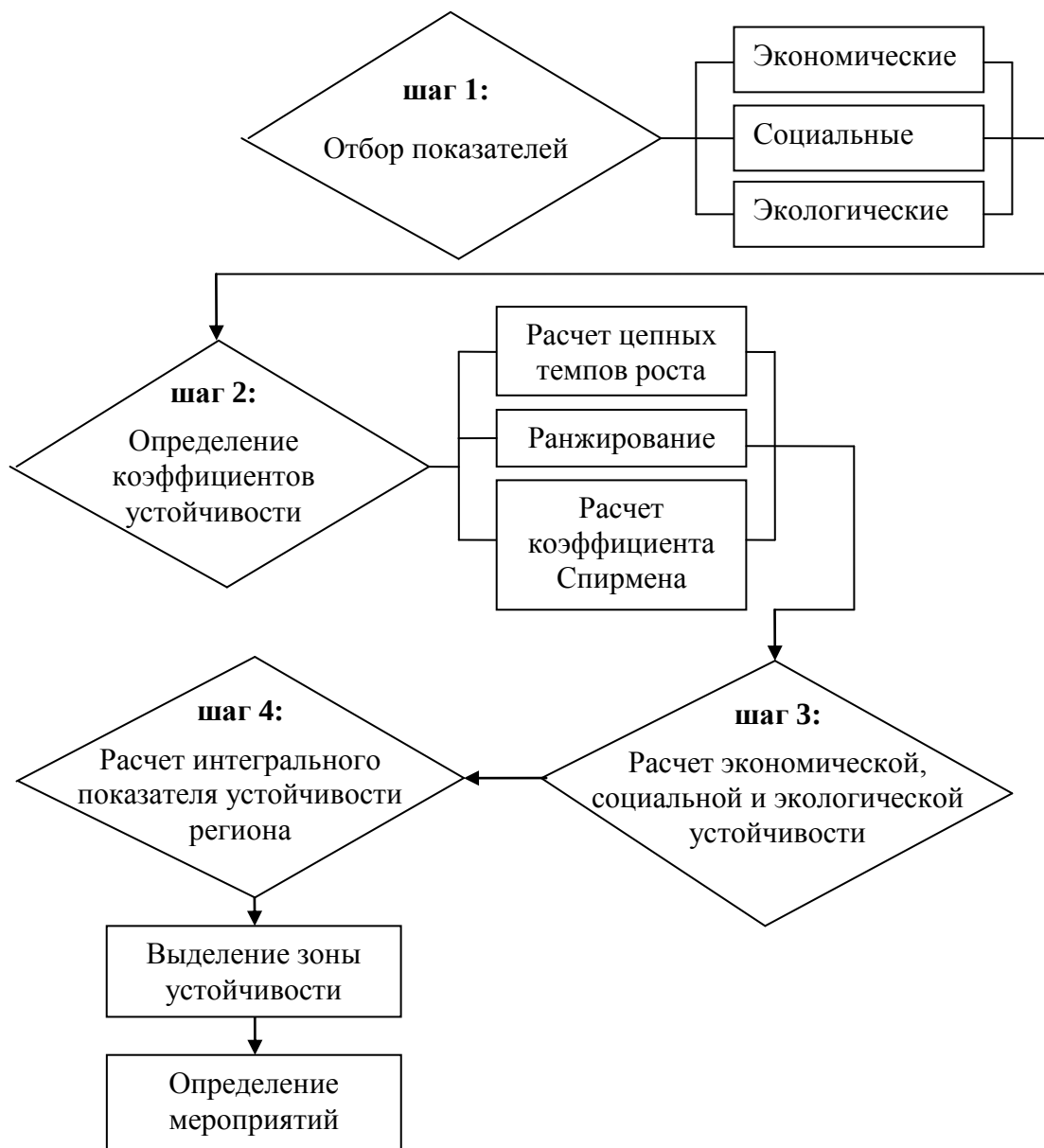


Рисунок 5.6 – Пошаговая методика комплексной оценки региональной устойчивости

Рассмотрим названные шаги более подробно:

1) *отбор показателей* для характеристики экономической ($K_{у\text{ экон}}$), социальной ($K_{у\text{ соц}}$) и экологической ($K_{у\text{ эколог}}$) составляющих региональной устойчивости.

Для оценки первой из них целесообразно использовать показатели, которые отражают динамичность развития реального сектора экономики:

- уровень инвестиционных вложений в основной капитал на душу населения;
- валовой региональный продукт на душу населения;
- индексы промышленного производства;
- производство продукции сельского хозяйства в расчете на душу населения;
- оборот розничной торговли на душу населения;
- ввод в действие жилых домов на душу населения;
- доходы регионального бюджета на душу населения;
- расходы регионального бюджета на душу населения.

Для характеристики социальной составляющей устойчивости региона целесообразно использовать показатели, характеризующие уровень и качество жизни населения, а именно:

- соотношение среднедушевых денежных доходов и индекса потребительских цен;
- соотношение среднедушевых денежных доходов с величиной прожиточного минимума;
- величина потребительских расходов в среднем на душу населения;
- уровень безработицы в регионе;
- коэффициенты рождаемости и смертности;
- уровень обеспеченности населения региона жильем;
- численность населения на одного врача;
- выпуск специалистов с высшим профессиональным образованием;
- число посещений музеев;

- число зарегистрированных преступлений.

Для оценки экологической составляющей используем такие показатели как:

- инвестиции в основной капитал, направленные на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов;
- объем выбросов загрязняющих веществ от стационарных источников в атмосферный воздух;
- объем выбросов загрязняющих веществ от автотранспорта;
- динамика образования отходов;
- сброс загрязняющих веществ в водные объекты;
- улавливание загрязняющих атмосферу веществ;
- сброс загрязненных сточных вод в водные объекты;
- лесовосстановление.

2) *определение коэффициентов устойчивости* каждого показателя на основе расчета его относительной колеблемости. Для оценки колеблемости используем коэффициент вариации, который представляет собой относительную меру рассеивания и вычисляется по формуле:

$$V = \frac{\delta}{\bar{x}} \quad (5.1)$$

где V – коэффициент вариации,

δ – среднее квадратичное отклонение,

$\bar{x}$ – средняя величина.

Коэффициент устойчивости показателя (K_y) определяем как отклонение коэффициента вариации от единицы.

$$K_y = 1 - V \quad (5.2)$$

Устойчивым считается показатель или уровень, для которого $K_y \geq 0,67$, поскольку превышение коэффициентом вариации 33%-ного уровня свидетельствует о неоднородности совокупности и большой колеблемости показателей. Таким образом, чем больше значение коэффициента K_y , тем более вероятна устойчивость рассматриваемого показателя и наоборот.

Далее необходимо рассчитать цепные темпы роста выбранных показателей и присвоить им конкретные ранги. Показателю, имеющему наименьший темп роста, присваивается ранг 1, наибольший – 6. На основе динамики рангов показателей осуществляется расчет коэффициента устойчивости роста (коэффициент Спирмена).

В общем виде формула для расчета коэффициента Спирмена может быть представлена следующим образом:

$$R = 1 - \frac{6 \cdot \sum_{i=1}^n d_i^2}{n^3 - n} \quad (5.3)$$

где R – коэффициент Спирмена;

d_i – разность пары рангов для i -го объекта, обладающего измеряемыми признаками;

n – число пар рангов.

Коэффициент Спирмена может принимать значения в пределах от 0 до ± 1 . Если каждый уровень исследуемого периода выше, чем предыдущего, то ранги уровней ряда и номера лет совпадают, т.е. $R = +1$. Это означает полную устойчивость самого факта роста уровней ряда, то есть непрерывность роста. Чем ближе коэффициент Спирмена к единице, тем ближе рост уровней к непрерывному, то есть выше устойчивости роста. Если $R = 0$, рост совершенно неустойчив. При отрицательных значениях чем ближе коэффициент Спирмена к -1 , тем устойчивее уменьшение изучаемого показателя.

Поскольку абсолютное значение коэффициента Спирмена может быть как положительным, так и отрицательным предлагаем анализировать данный показатель по модулю. Анализируя полученное значение коэффициента можно сделать выводы об устойчивости или неустойчивости роста (спада) изучаемого явления, на основании чего выделить 3 зоны устойчивости:

– 1 зона: если по модулю коэффициент Спирмена находится в интервале от 0,7 до 1 – это свидетельствует об устойчивом росте (спаде) анализируемого показателя;

– 2 зона: если по модулю коэффициент Спирмена находится в интервале от 0,3 до 0,7 – это означает, что в динамике анализируемого показателя присутствует тенденция роста (спада), однако она является менее четко выраженной, по сравнению с первым случаем. Такую ситуацию можно назвать «колеблющийся рост (спад)»;

– 3 зона: если по модулю коэффициент Спирмена находится в интервале от 0 до 0,3 – это свидетельствует о колебательных тенденциях в динамике анализируемого показателя преимущественно тяготеющих к незначительному увеличению (сокращению). Подобную ситуацию можно охарактеризовать как слабый неявный рост (спад).

3) *определение коэффициентов экономической, экологической и социальной устойчивости* на основе базы скользящего соответствия соответствующих индикаторов секторов экономики по формуле следующего вида:

$$K_{yi} = \sqrt[n]{\prod_{j=1}^n K_{yj}} \quad (5.4)$$

где K_{yi} – соответственно коэффициент экономической, экологической и социальной устойчивости;

K_{yj} – показатель устойчивости уровня соответствующего индикатора (экономического, экологического, социального).

4) *вычисление интегрального показателя устойчивости*, который может быть рассчитан как интегральный коэффициент по средней геометрической, включающий в себя все параметры региональной устойчивости по формуле:

$$K_{y \text{ общ.}} = \sqrt[3]{K_{y \text{ экон.}} \cdot K_{y \text{ соц.}} \cdot K_{y \text{ эколог.}}} \quad (5.5)$$

где $K_{y \text{ общ.}}$ – общий (интегральный) показатель социально-экономической устойчивости региона;

$K_{y \text{ экон.}}$ – коэффициент экономической устойчивости региона;

$K_{y \text{ соц.}}$ – коэффициент социальной устойчивости региона;

$K_{y \text{ эколог.}}$ – коэффициент экологической устойчивости региона.

Предложенная методика позволяет дать количественную оценку устойчивости региона как социо-эколого-экономической системы, которая позволит региональным органам власти определить четкие ориентиры при выработке региональной политики и составлении планов-прогнозов социально-экономического развития региона.

На основе предложенной методики был проведен анализ социо-эколого-экономической устойчивости развития Новгородской области. Предварительный анализ показал, что ситуация в регионе определяется, в первую очередь, состоянием экономического, экологического и социального секторов экономики.

Анализ параметров реального сектора экономики региона показал, что он развивался неравномерно. В 2012 году наблюдался рост объемов производства промышленной и сельскохозяйственной продукции, строительных работ, ввода жилья, перевозок грузов, оборота розничной и оптовой торговли, общественного питания, платных услуг населению. Индекс промышленного производства в 2012 году относительно 2011 года составил 105,2%, в том числе в добыче полезных ископаемых – 109,4%, обрабатывающих производствах – 104,1%, производстве и распределении электроэнергии, газа и воды – 117,5%.

Наиболее заметным в 2012 году стал рост производства транспортных средств и оборудования (на 31,2%), производства электрооборудования, электронного и оптического оборудования (на 29,6%), производства резиновых и пластмассовых изделий (на 27,2%), добычи полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических (на 11,1%), химического производства (на 4,9%), производства прочих неметаллических минеральных продуктов (на 3,1%), производства кожи, изделий из кожи и производства обуви (на 0,7%).

Динамика основных показателей производственной сферы Новгородской области представлена в таблице 5.1. Как видно из таблицы 5.1, объем валового регионального продукта на душу населения в 2012 г. вырос по

сравнению с уровнем 2006 г. более чем в 2 раза. Положительный вклад в этот прирост внесли существенное увеличение объема промышленного производства, увеличение производства продукции сельского хозяйства на душу населения, рост оборота розничной торговли. Кроме того, в два раза возрос показатель ввода в действие жилых домов.

Таблица 5.1 – Динамика основных показателей производства за 2006 – 2012 гг.

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Изменение 2012 г. / 2006 г.	
								Абс.	Отн.
ВРП на душу населения, тыс. руб.	113,25	132,33	177,47	183,20	200,03	236,03	243,71	130,46	215,2
Индекс промышленного производства, %	101,70	106,40	102,30	87,70	113,90	110,60	105,20	3,50	х
Производство продукции сельского хозяйства в расчете на душу населения, тыс. руб.	9,37	10,38	13,10	15,10	23,53	28,52	29,35	19,98	313,2
Оборот розничной торговли на душу населения, тыс. руб.	41,40	52,53	74,18	84,49	93,97	107,32	116,55	75,15	281,5
Ввод в действие жилых домов, м ² на душу населения	0,25	0,31	0,40	0,38	0,38	0,43	0,50	0,25	200,0
Удельный вес инвестиций в основной капитал в составе ВРП	0,25	0,28	0,29	0,30	0,31	0,26	0,29	0,04	116,0
Инвестиции в основной капитал на душу населения, тыс. руб.	28,65	36,52	52,30	55,43	62,46	61,94	71,56	42,91	249,8
Удельный вес убыточных организаций, %	34,50	30,90	26,80	36,40	33,10	34,10	35,30	0,80	х

В то же время за период 2011-2012 гг. объемы в прочих производствах снизились на 30,5%, производство машин и оборудования сократилось на 30,4%, текстильное и швейное производство – на 18,7%, целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая деятельность – на

12,4%, обработка древесины и производство изделий из дерева – на 4,2%, металлургическое производство и производство готовых металлических изделий – на 3.8%. В результате в 2012 г. можно наблюдать снижение индексов промышленного производства в целом и в разрезе отдельных отраслей (рисунок 5.7).

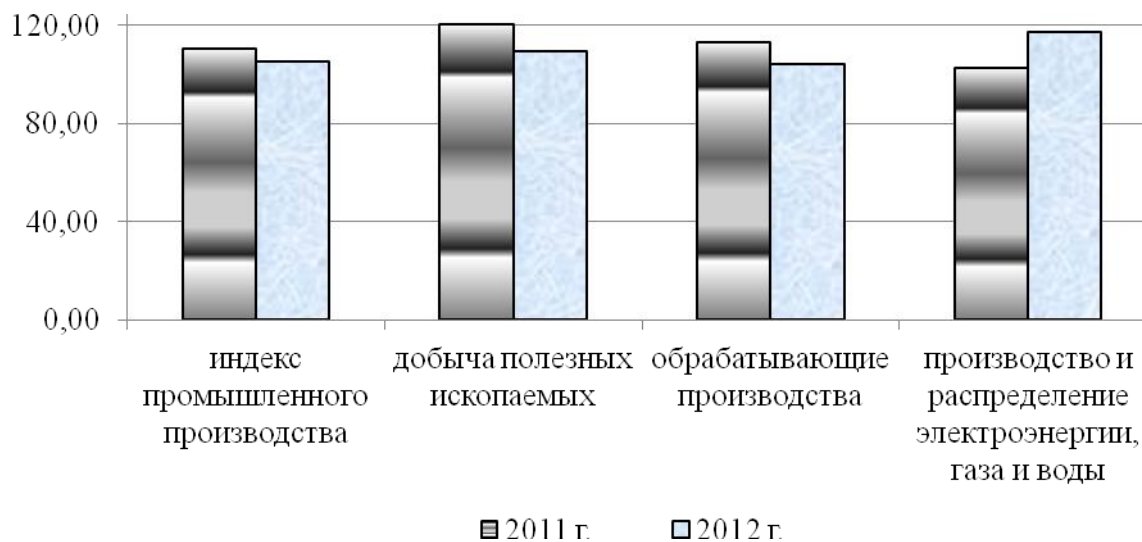


Рисунок 5.7 – Индексы промышленного производства
(в % к предыдущему году)

Индекс производства продукции сельского хозяйства всех сельхозпроизводителей (сельхозорганизации, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели, хозяйства населения) в 2012 году составил 105% к 2011 году. В целом за период 2006-2012 гг. производство продукции сельского хозяйства на душу населения выросло по сравнению с уровнем 2006 г. более чем в 3 раза (с 9,37 тыс. руб. в 2006 году до 29,35 тыс. руб. в 2012 г.).

В хозяйствах всех категорий в отчетном году валовой сбор зерна (в весе после доработки) составил 28,5 тыс. тонн (100,3% к 2011 году), льноволокна – 0,9 тыс. тонн (108,5%), картофеля – 325,3 тыс. тонн (107,6%), овощей – 87,8 тыс. тонн (101,5%).

Объем работ, выполненных по категории «строительство», в 2012 году составил 21,5 млрд. рублей, или 109,4% к 2011 году. За 2012 год на территории области построено 1805 домов на 4234 квартиры общей площадью 303,5 тыс. м². Ввод жилья в целом по области увеличился по сравнению с 2011 годом на 12,1%, по индивидуальным застройщикам – на 22,1%. На индивидуальное строительство приходилось 57% ввода жилья. В расчете на 1000 жителей в 2012 году введено 483 м² общей площади жилых домов.

Структурные преобразования в экономике Новгородской области происходят в условиях хоть и возросшей, но еще недостаточной инвестиционной активности, что во многом обуславливает невысокую их долю в составе валового регионального продукта. Удельный вес инвестиционных вложений в 2012 г. на 11,9% был выше, чем в 2011 г., однако на 6,0% ниже, чем в 2010 г.

Динамика удельного веса инвестиций в составе валового регионального продукта Новгородской области в течение 2006 – 2012 гг. представлена на рисунке 5.8.

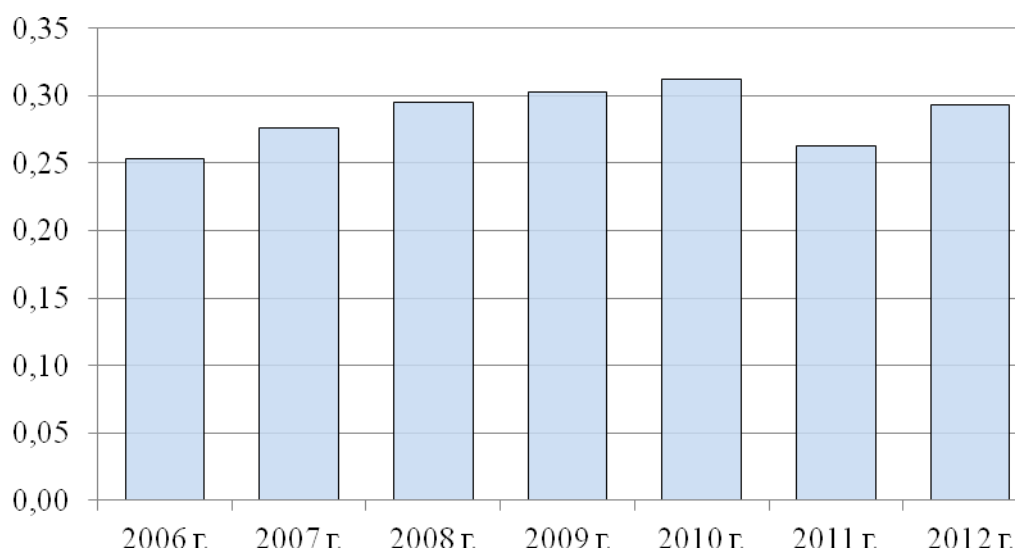


Рисунок 5.8 – Удельный вес инвестиций в составе ВРП в 2006 – 2012 гг.

Оборот розничной торговли в 2012 году составил 77 млрд. рублей и увеличился по сравнению с 2011 годом на 8,6% (в сопоставимой оценке). На долю пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий приходилось 48,8%, непродовольственных товаров – 51,2%. Относительно 2011 года продажа пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий увеличилась на 5,3%, непродовольственных товаров – на 12,0%.

Экономические проблемы и трудности формирования рыночных отношений и перехода экономики области к устойчивому социально-экономическому развитию нашли свое отражение и в области финансов. По оперативным данным Комитета финансов Новгородской области на 1 декабря 2012 года консолидированный бюджет области был исполнен с дефицитом в размере 757,1 млн. рублей. На конец 2012 года консолидированный бюджет сложился с профицитом (рисунок 5.9).

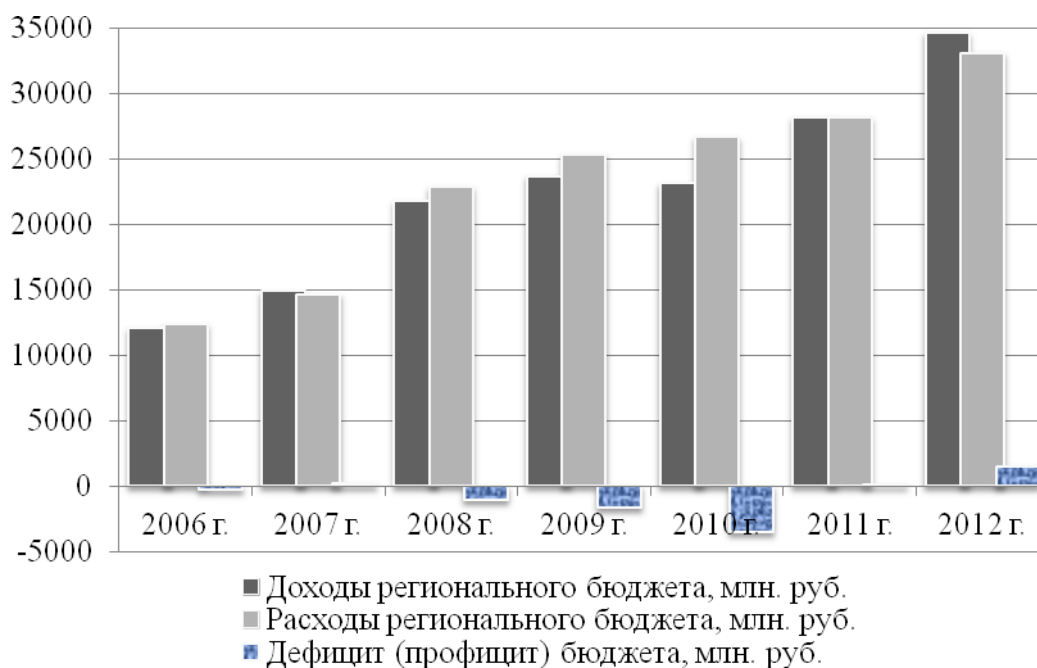


Рисунок 5.9 – Доходы и расходы консолидированного бюджета Новгородской области

По итогам 2012 года сальдированный финансовый результат организаций (без субъектов малого предпринимательства), без банков,

страховых организаций и бюджетных учреждений в действующих ценах составил 22,2 млрд. рублей. Доля убыточных организаций составила 35,3% (в 2011 году – 34,1%), ими получен убыток на сумму 2,4 млрд. рублей (на 4,5% меньше 2011 года).

Наибольший рост сальдированной прибыли отмечен в организациях по металлургическому производству и производству готовых металлических изделий (в 6,1 раза), обработке древесины и производству изделий из дерева (в 4,1 раза), в строительстве (в 3,1 раза), в производстве резиновых и пластмассовых изделий (в 2,9 раза), в сельском и лесном хозяйстве (в 2,4 раза), в оптовой торговле (на 75,3%), образовании (на 53,1%), производстве машин и оборудования (на 27,6%), розничной торговле (на 24,8%), в производстве прочих неметаллических минеральных продуктов (на 8,9%).

Недостаточно высокая эффективность товаропроизводителей Новгородской области, привела к обострению ситуации с трудовыми ресурсами, увеличению числа официально зарегистрированных безработных, что отрицательно влияет на динамику социально-экономического развития региона. По данным Комитета труда и занятости населения Новгородской области на конец декабря 2012 года в государственных учреждениях службы занятости состояло на учете 3,6 тыс. человек не занятых трудовой деятельностью, что на 23,6% меньше, чем на конец декабря 2011 года. Численность официально зарегистрированных безработных составила 3,4 тыс. человек (на конец декабря 2011 года – 4,6 тыс. человек), или 1% экономически активного населения (1,4%).

Цены на потребительском рынке области за 2012 год выросли на 6,7%, продовольственные товары подорожали на 6,8%, непродовольственные – на 5,5%, платные услуги населению – на 8,7%. Из продовольственных товаров подорожали мука (на 23,2%), овощи (на 17,7%), картофель (на 13,5%), мясопродукты, сахар, хлеб, хлебобулочные и макаронные изделия, фрукты и цитрусовые (на 8,4-10,7%), алкогольные напитки (на 6,3%), яйца, рыбопродукты, кондитерские изделия, молоко и молочная продукция (на 2,8-

4,2%), масло и жиры (на 1,8%), сыр (на 1,1%). Крупа и бобовые подешевели на 6,8%.

Темпы роста цен и тарифов в декабре 2012 и 2011 гг. представлены на рисунке 5.10.

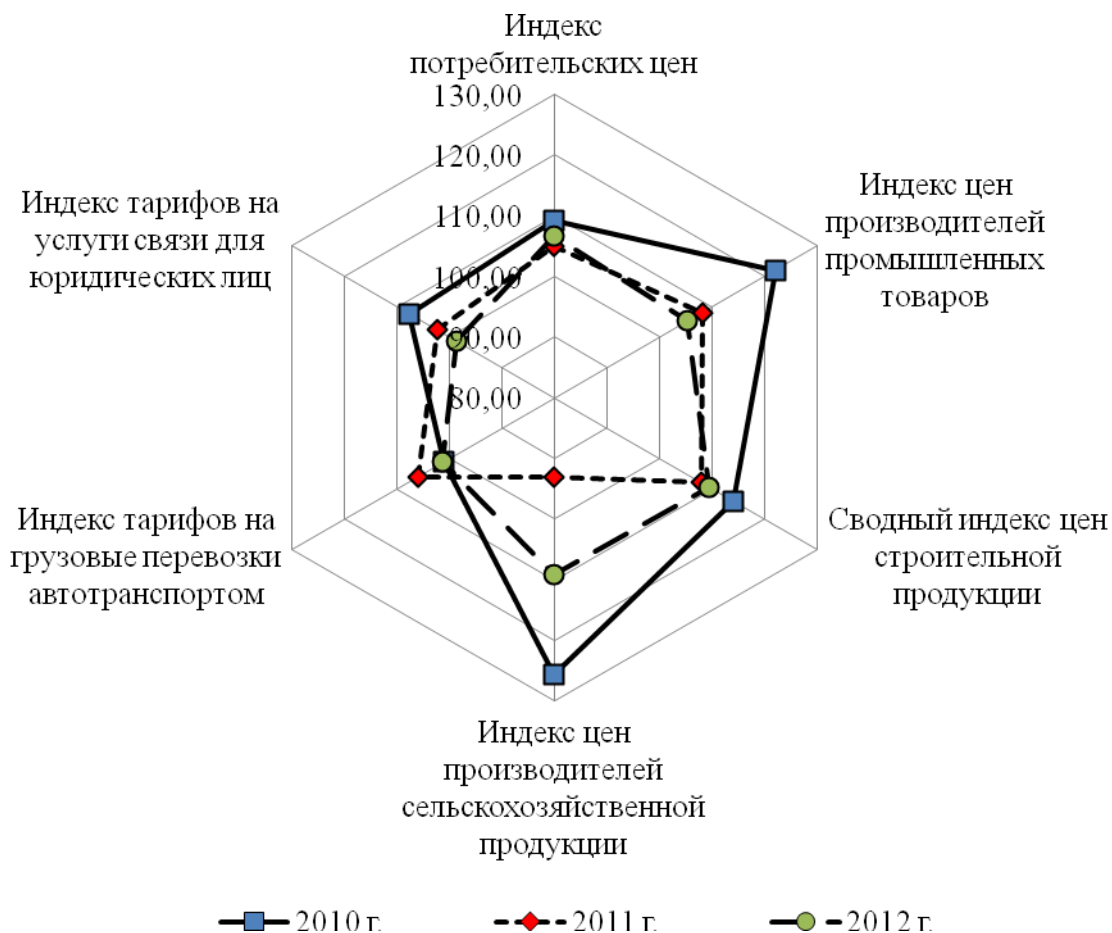


Рисунок 5.10 – Темпы роста цен и тарифов в 2010-2012 гг.
(в процентах к декабрю предыдущего года)

В 2012 году среднедушевые денежные доходы составили 19181,9 руб., что выше доходов 2011 года на 13,0%. При этом реальные располагаемые среднедушевые денежные доходы за данный период увеличились на 6,4%.

Величина прожиточного минимума в расчете на душу населения, утвержденная распоряжением Администрации области №34-рз от 17.01.2013 г., в IV квартале 2012 года составила в среднем 6183 рубля, для трудоспособного населения – 6756, для пенсионеров – 4964, для детей – 6085 рублей. Номинальная начисленная заработная плата в 2012 году составила

20472,9 рубля в среднем за месяц, что выше величины 2011 года на 15,7%, реальный размер ее, скорректированный на индекс потребительских цен, увеличился на 10,6%. Наиболее низкий уровень средней заработной платы отмечен у работников, занятых в сфере текстильного и швейного производства (10,2 тыс. рублей, или 49,8% от средней по области), розничной торговли (13,2 тыс. рублей, или 64,6%), рыболовства, рыбоводства (14,1 тыс. рублей, или 69,0%), добычи топливно-энергетических полезных ископаемых (15,0 тыс. рублей, или 73,1%).

Темпы роста заработной платы и реальных денежных доходов в Новгородской области продолжают отставать от темпов роста цен, что представлено на рисунке 5.11.

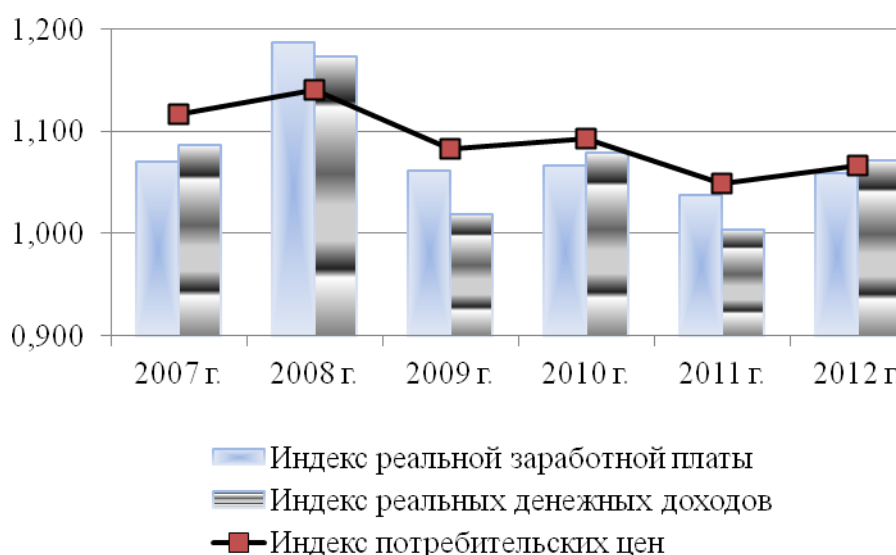


Рисунок 5.11 – Изменение основных показателей уровня жизни населения Новгородской области за 2007 – 2012 гг.

Таким образом, социально-экономическое положение Новгородской области остается сложным, порой противоречивым, а проводимые реформы пока еще не привели к формированию устойчивого развития. Проведенное исследование доказывает преобладающую тенденцию неустойчивости. Функционирование экономического сектора Новгородской области в течение 2006 – 2012 гг. характеризуется значительной колеблемостью. Так, вариация

производства продукции сельского хозяйства составила 46,0%, оборота розничной торговли – 33,8%, доходов регионального бюджета – 35,4%, расходов регионального бюджета – 33,4% (см. таблицу 5.2).

Таблица 5.2 – Показатели колеблемости и устойчивости развития экономики Новгородской области за период 2006 – 2012 гг.

Показатели	Среднее значение за период	Относительная колеблемость, (V)	Коэффициент устойчивости	
			показателя (K_y)	роста (R)
Инвестиции в основной капитал на душу населения, тыс. руб.	52,69	0,288	0,712	-0,143
ВРП на душу населения, тыс. руб.	183,72	0,265	0,735	0,179
Индексы промышленного производства, %	103,97	0,081	0,919	-0,321
Продукция сельского хозяйства на душу, тыс. руб.	18,48	0,460	0,540	0,286
Оборот розничной торговли на душу населения, тыс. руб.	81,49	0,338	0,662	-0,107
Ввод в действие жилых домов, кв. м на душу населения	0,38	0,214	0,786	-0,107
Доходы регионального бюджета в расчете на душу населения, тыс. руб.	35,32	0,354	0,646	-0,036
Расходы регионального бюджета в расчете на душу населения, тыс. руб.	36,38	0,334	0,666	0,036

Как видно из таблицы, значительный уровень колеблемости, а следовательно, низкий уровень устойчивости за период 2006 – 2012 гг. наблюдался в динамике таких показателей как объем сельскохозяйственной продукции на душу населения, оборот розничной торговли на душу населения, доходы и расходы регионального бюджета на душу населения. Коэффициент вариации перечисленных показателей превышает 33%-ный уровень, что свидетельствует о существенной дифференциации их значений,

приводящей к низкому уровню устойчивости (такие показатели выделены в данной и последующих таблицах).

Так, коэффициент устойчивости объема сельскохозяйственной продукции на душу населения составил 0,540 или 54,0%, оборота розничной торговли на душу населения – 0,662 или 66,2%, доходов регионального бюджета на душу населения – 0,646 или 64,6%, расходов регионального бюджета на душу населения – 0,666 или 66,6%. При этом наблюдается тенденция снижения устойчивости производства промышленной продукции, ввода в действие жилых домов и показателей развития инвестиционного сектора экономики, о чем свидетельствуют отрицательные значения коэффициентов Спирмена.

В целом неустойчивая динамика темпов роста выпуска продукции в реальном секторе экономики Новгородской области за 2006 – 2012 гг. и рост его колеблемости свидетельствуют о некотором снижении уровня интенсификации в отраслях материального производства, что обусловлено истощением факторов восстановительного экономического роста. Невысокий уровень адаптации производственного сектора к формирующейся рыночной среде является следствием ухудшения технической оснащенности отраслей промышленности, сельского хозяйства, несовершенства экономического механизма, низкой эффективности использования производственного потенциала.

Что касается социального сектора экономики Новгородской области, то вариация практически всех показателей за анализируемый период была невысокой. Так, относительная колеблемость численности населения на одного врача за период составила 1,5%, уровня обеспеченности населения региона жильем – 4,3%, выпуска специалистов с высшим профессиональным образованием – 5,0%, числа посещений музеев – 6,3%, коэффициента смертности – 6,5%, коэффициента рождаемости – 6,6%, соотношения среднедушевых с величиной прожиточного минимума – 12,4%, уровня безработицы – 13,8%, числа зарегистрированных преступлений – 14,1%. Это

свидетельствует об устойчивости рассматриваемых показателей в динамике (см. таблицу 5.3).

Таблица 5.3 – Показатели колеблемости и устойчивости развития социального сектора Новгородской области за период 2006 – 2012 гг.

Показатели	Среднее значение за период	Относительная колеблемость, (V)	Коэффициент устойчивости	
			показателя (K_y)	роста (R)
Соотношение среднедушевых денежных доходов и индекса потребительских цен, тыс. руб.	12,18	0,351	0,649	-0,143
Соотношение среднедушевых денежных доходов с величиной прожиточного минимума	2,68	0,124	0,876	0,286
Размер потребительских расходов в среднем на душу населения, тыс. руб.	9,45	0,346	0,654	-0,179
Уровень безработицы, %	5,24	0,138	0,862	-0,786
Коэффициент рождаемости	11,00	0,066	0,934	0,250
Коэффициент смертности	19,89	0,065	0,935	-0,464
Уровень обеспеченности населения региона жильем, кв.м на 1 жителя	26,86	0,043	0,957	0,001
Численность населения на одного врача, чел.	243,71	0,015	0,985	0,170
Выпуск специалистов с высшим профессиональным образованием, тыс. чел.	4,13	0,050	0,950	-0,357
Число посещений музеев на 1000 чел. населения	1190,00	0,063	0,937	0,071
Число зарегистрированных преступлений тыс. ед.	13,73	0,141	0,859	0,036

Как видно из таблицы 5.3, в динамике наблюдается рост рождаемости ($R = 0,250$), соотношения среднедушевых денежных доходов с величиной прожиточного минимума ($R = 0,286$) при одновременном падении смертности ($R = -0,464$) и сокращении уровня безработицы ($R = -0,786$). Это положительно характеризует социально-экономическую ситуацию в Новгородской области.

Негативными тенденциями, наблюдающимися в социальной сфере, являются неустойчивый рост уровня обеспеченности населения региона

жилем ($R = 0,001$), а также сокращение соотношения среднедушевых денежных доходов и индекса потребительских цен ($R = -0,143$) и размера потребительских расходов ($R = -0,179$). Таким образом, проведенный анализ свидетельствует, что социальная подсистема характеризуется более высоким уровнем устойчивости, по сравнению с экономической системой региона.

Достаточно устойчивая ситуация наблюдается и при анализе экологических показателей функционирования области. Низкие значения колеблемости наблюдаются по таким показателям как объем выбросов загрязняющих веществ от автотранспорта – 7,2%, лесовосстановление – 8,0%, сброс загрязняющих веществ в водные объекты – 8,5%, динамика образования отходов – 9,0%, улавливание загрязняющих атмосферу веществ – 12,9% (см. таблицу 5.4).

Таблица 5.4 – Показатели колеблемости и устойчивости развития экологической системы Новгородской области за период 2006 – 2012 гг.

Показатели	Среднее значение за период	Относительная колеблемость, (V)	Коэффициент устойчивости	
			показателя (K_y)	роста (R)
Инвестиции в основной капитал, направленные на охрану окр. среды и рациональное использование прир. ресурсов, млн. руб.	103,43	0,248	0,752	0,107
Объем выбросов загрязняющих веществ от стационарных источников, тыс. тонн	46,09	0,136	0,864	0,286
Объем выбросов загрязняющих веществ от автотранспорта, тыс. тонн	79,71	0,072	0,928	-0,143
Динамика образования отходов, тыс. тонн	845,61	0,090	0,910	-0,179
Сброс загрязняющих веществ в водные объекты, тыс. тонн	18,43	0,085	0,915	0,143
Улавливание загрязняющих атмосферу веществ, тыс. тонн	97,86	0,129	0,871	0,357
Сброс загрязненных сточных вод в водные объекты, млн. м ³	83,86	0,135	0,865	0,286
Лесовосстановление, тыс. га	11,13	0,080	0,920	0,143

Администрация города и области осознает необходимость улучшения экологической обстановки в регионе, на что в 2012 г. было выделено более 15 млн. руб. из экологического фонда области. Выделенные средства направлялись на реализацию мероприятий по усовершенствованию системы обращения с твердыми бытовыми и промышленными отходами, на водоохранные и другие природоохранные мероприятия. Более 4 млн. руб. было затрачено на предупреждение негативного воздействия, восстановление, охрану водных объектов и качественное водоснабжение питьевой водой жителей региона.

С целью комплексной оценки социально-экономической устойчивости развития Новгородской области были определены коэффициенты экономической, экологической и социальной устойчивости на основе пятилетнего интервала скользящего (Приложение Е, таблицы 1 – 9).

Таблица 5.5 – Характеристика составляющих социально-экономической устойчивости Новгородской области за период 2006 – 2012 гг.

Коэффициент устойчивости	Период скользящего, в течение лет		
	2006-2010 гг.	2007-2011 гг.	2008-2012 гг.
Экономической	0,728	0,776	0,825
Социальной	0,884	0,894	0,901
Экологической	0,890	0,911	0,921

Как видно из табл. 5.5, за период 2006 – 2012 гг. уровень устойчивости экономической составляющей региональной системы в динамике возрастал и в 2008 – 2012 гг. составил величину на 9,7% большую по сравнению с уровнем 2006 – 2010 гг. Это свидетельствует о стабильности развития данного сектора экономики, что вызвано последовательным ростом показателей экономического развития региона: доходов и расходов регионального бюджета, инвестиций в основной капитал на душу населения, валового регионального продукта на душу населения.

Уровень устойчивости социальной составляющей регионального развития за анализируемый период также имеет положительную динамику. Его значение увеличилось по сравнению с предыдущим периодом на 0,7%. В целом за последний анализируемый период значение показателя социальной устойчивости увеличилось на 1,7% по сравнению с периодом 2006 – 2010 гг.

Наконец, уровень устойчивости экологической составляющей регионального развития также имел растущую тенденцию, хотя, за период 2008 – 2012 гг. прирост данного показателя сократился в два раза. В целом можно сделать вывод о стабильности основных показателей, характеризующих состояние окружающей среды в Новгородской области.

Комплексный анализ всех показателей региональной системы позволяет сделать вывод о том, что по сравнению с периодом 2006 – 2010 гг. наблюдался рост социально-экономической устойчивости по всем составляющим региональной системы. Это отражает динамика показателей, представленная на рисунке 5.12.

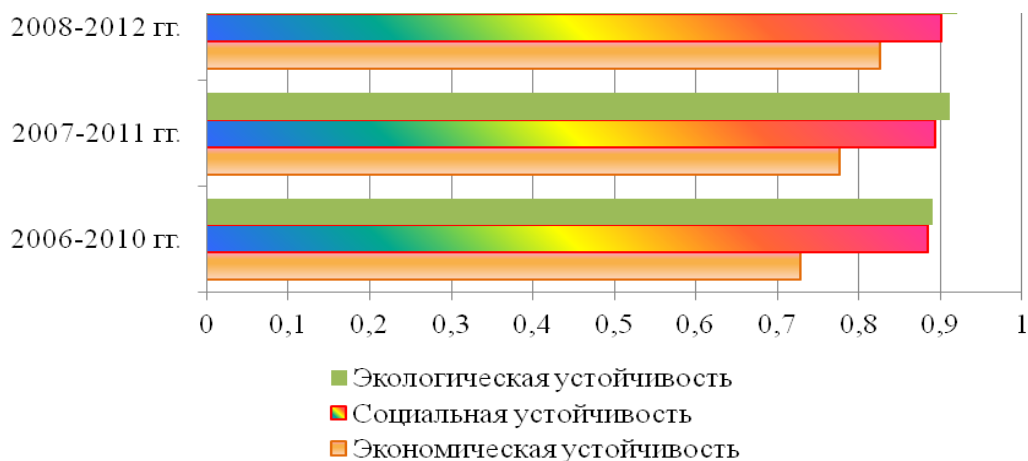


Рисунок 5.12 – Динамика показателей устойчивости за 2006 – 2012 гг.

Результаты расчета коэффициентов экономической, экологической и социальной устойчивости, осуществленного по формуле (5.4), а также интегрального коэффициента общей устойчивости, рассчитанного согласно формуле (5.5), за период 2006 – 2012 гг. в Новгородской области представлены в таблице 5.6.

Таблица 5.6 – Коэффициенты производственной, финансовой, экологической и социальной устойчивости Новгородской области за период 2006 – 2012 гг.

Показатель	Устойчивость	Зона устойчивости,
Коэффициент экономической устойчивости	0,701	1 зона
Коэффициент социальной устойчивости	0,864	1 зона
Коэффициент экологической устойчивости	0,896	1 зона
<i>Интегральный показатель устойчивости</i>	<i>0,816</i>	<i>1 зона</i>

Как видно из таблицы 5.6, интегральный показатель устойчивости в Новгородской области за анализируемый период 2006 – 2012 гг. находится на высоком уровне, что позволяет сделать вывод о достаточно устойчивом развитии социо-эколого-экономической системы области. Этому способствовало устойчивое развитие экологической сферы (коэффициент экологической устойчивости составляет 896) и социальной сферы (коэффициент социальной устойчивости составляет 0,864. Менее устойчивой из анализируемых является экономическая подсистема. Колеблемость показателей экономической сферы обусловлена значительными колебаниями таких показателей как доходы и расходы регионального бюджета, производство сельскохозяйственной продукции, оборот розничной торговли.

Важным аспектом является не столько сам факт устойчивости функционирования региональной подсистемы, сколько то, на каком уровне она устанавливается. Устойчивость подсистемы на низком уровне социально-экономического развития представляется более негативной, чем даже неустойчивость на высоком уровне. Проведенное исследование показало, что социально-экономическое положение Новгородской области продолжает оставаться достаточно сложным и противоречивым, а осуществляемые реформы привели к закреплению устойчивости социальной и экономической региональных подсистем на более низком уровне по сравнению с другими регионами Северо-западного Федерального округа (таблица 5.7).

Таблица 5.7 – Место Новгородской области по основным показателям социо-эколого-экономического развития среди регионов СЗФО (из 10)

Наименование показателя	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
<i>Место Новгородской области по показателям экономической устойчивости</i>						
Валовой региональный продукт на душу населения	8	9	8	6	8	8
Инвестиции в основной капитал на душу населения	8	7	8	6	5	7
Индексы промышленного производства	7	6	5	8	3	3
Производство продукции сельского хозяйства	5	5	5	4	4	4
Оборот розничной торговли на душу населения	9	9	8	6	7	7
Ввод в действие жилых домов на 1000 чел. населения	5	5	5	5	4	4
<i>Место Новгородской области по показателям социальной устойчивости</i>						
Уровень безработицы	4	4	3	3	3	3
Среднедушевые денежные доходы	9	9	8	7	6	6
Величина прожиточного минимума	8	8	8	8	7	8
Потребительские расходы в среднем на душу населения	6	6	6	7	6	6
Потребление продуктов питания:						
- мяса и мясопродуктов (включая субпродукты II категории и жир-сырец)	9	9	9	8	9	9
- молока и молочных продуктов	7	7	5	4	5	5
- яиц	7	7	7	7	8	7
- хлебных продуктов	7	6	6	4	5	5
- картофеля	1	1	2	2	1	1
Коэффициент рождаемости	6	7	7	7	8	8
Коэффициент смертности	9	9	9	9	9	9
<i>Место Новгородской области по показателям экологической устойчивости</i>						
Выбросы в атмосферу от стационарных источников	4	4	4	3	3	3
Выбросы в атмосферу от автотранспорта	3	3	3	3	4	4
Сброс загрязненных сточных вод	2	2	2	2	3	3

Для оценки уровня развития были рассчитаны интегральные значения коэффициента Спирмена для каждой из анализируемых подсистем. В соответствии с полученными значениями интегральных коэффициентов Спирмена каждая из подсистем была соотнесена с определенной зоной устойчивости. Как видно, все составляющие социо-эколого-экономической системы Новгородской области находятся на низком уровне развития (1 зона).

Таким образом, экономика региона приобретает иное качество, сформирована принципиально новая база реформирования, которая при определенных обстоятельствах может обеспечить решение проблем перехода экономики региона к устойчивому развитию. В связи с этим выработка научно обоснованных рекомендаций по устойчиво-сбалансированному развитию экономики региона с целью быстрее его адаптации к новым условиям хозяйствования, преодоления кризисных явлений, а, следовательно, и обеспечения самого процесса устойчивого развития, представляется объективной необходимостью.

В условиях ограниченности бюджетного финансирования Новгородской области, выход из сложившейся ситуации автор видит в более эффективном использовании внутренних ресурсов, путем расширения всех форм взаимодействия властных и предпринимательских структур, а также в формировании конструктивных отношений региона не только с сопредельными субъектами РФ, но и сопредельными государствами, на основе социального партнерства и корпоративного гражданства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе диссертационного исследования решена имеющая важное народнохозяйственное значение крупная научная проблема, а именно возможность формирования нового ресурса – отношенческого капитала, возникающего в результате эффективного взаимодействия властных и предпринимательских структур в процессе реализации практик корпоративной социальной ответственности, социального партнерства и корпоративного гражданства.

На основе диссертационного исследования были сделаны следующие выводы и рекомендации:

1. Предложен механизм государственного регулирования экономики, воздействующий на структуру общественного воспроизводства, который при изменении целей и задач социально-экономического развития, через трансформацию форм собственности, а, соответственно, и способов координации экономической деятельности, обеспечивает поступательное развитие российской экономики, в условиях перераспределения сфер ответственности между государством и бизнес-структурами за социо-эколого-экономическое развитие страны.

2. В рамках проведенного исследования обосновано, что современная корпорация трансформируется в социально ответственный институт экономической системы, согласующий свои корпоративные интересы с интересами основных стейкхолдеров, приобретая тем самым черты корпоративного гражданина. Данное обстоятельство не позволяет характеризовать современную корпорацию в традиционных терминах, в связи с чем введена новая категория «неокорпорация», сущностное содержание которой позволяет разрабатывать и использовать специфические

приемы управленческого воздействия в экономике современного предпринимательства с целью повышения эффективности взаимодействия властных и предпринимательских структур.

3. Выделены базовые модели и соответствующие им формы взаимодействия органов государственной власти и предпринимательских структур. Выявлено, что «система обменов» как специфическая форма проявления частного взаимодействия в России распространяется и на партнерство власти и бизнеса, что не характерно для промышленно развитых стран. Положительное влияние «системы обменов» на российскую экономику состоит в том, что она приводит к сокращению «черной» зоны взаимодействия власти и бизнеса, в то же время сжатие «черной» зоны приводит к расширению не «белой», а «серой» зоны, в чем проявляется ее отрицательное воздействие. Данные выводы рекомендуется учитывать властными структурами при разработке государственной антикоррупционной политики.

4. Сделан вывод, что корпоративная социальная ответственность является многоуровневой категорией, тесно связанной со средой функционирования бизнеса, и все большее число российских бизнес-структур применяет в своей деятельности нормы социально ответственного поведения и программы КСО. При формировании подобных программ предпринимательским структурам следует учитывать, на каком уровне КСО находится компания, и какие инструменты адекватны данному уровню. Наличие программ КСО является индикатором уровня развития экономики предпринимательства и роста влияния потенциала бизнеса на процесс перехода российского общества от социальной ответственности к корпоративному гражданству.

5. Обосновано, что формирование, развитие и институционализация социального партнерства, как наиболее развитой формы взаимодействия властных и предпринимательских структур в современной России, идут в двух направлениях: свободного ассоциирования и трипартизма.

Особенностью социально-экономического развития России является традиционно высокая роль трипартизма, представляющего собой взаимодействие власти, работодателей и работников в лице профсоюзных организаций. Развитие крупного предпринимательства и усиление его роли в экономике привели к возрождению профсоюзных организаций, как одного из элементов трипартизма, который необходимо учитывать при построении конструктивного взаимодействия в системе социального партнерства. Это обеспечит максимальное вовлечение в экономику трудового, интеллектуального и инновационного потенциала страны с целью достижения экономического роста и социального благополучия в обществе.

6. В целях дальнейшего развития теории и практики взаимодействия властных и предпринимательских структур выделяется общее и особенное таких категорий как корпоративная социальная ответственность и корпоративное гражданство. Поскольку корпоративное гражданство вырастает из КСО, являясь ее продолжением и развитием, то данные категории с одной стороны, представляют собой единую целостность, а, с другой стороны, самостоятельные дефиниции, так как наличие политической составляющей отличает корпоративное гражданство от корпоративной социальной ответственности. Главным препятствием становления корпоративного гражданства в современной России является неразвитость гражданских инициатив, а также рост издержек, связанный с процессами социального инвестирования, что нередко вызывает отрицательную реакцию со стороны собственников бизнес-структур.

7. В условиях ограниченности ресурсов и усиления конкурентной борьбы за их использование устойчивое развитие региональной системы во многом зависит от социальной ответственности бизнеса, а также от эффективности взаимодействия властных и предпринимательских структур. В диссертации разработана и апробирована методика количественной оценки уровня устойчивости региональной социо-эколого-экономической системы в целом и отдельных ее подсистем, которая позволяет определить, какая из

подсистем находится в зоне неустойчивости. Использование предложенной методики дает возможность региональным органам власти и управления сконцентрировать усилия в проблемной сфере и мотивировать бизнес-структуры для перехода на новый более высокий уровень устойчивости.

Результаты диссертационного исследования позволяют сделать общий вывод, что взаимодействие российских властных и предпринимательских структур все чаще базируется на принципах КСО и социального партнерства, а расширение сфер ответственности предпринимательских структур перед обществом свидетельствует о начале формирования российской модели корпоративного гражданства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акопян, А.Р. Корпоративный социальный отчет: как правильно рассказать о вкладе Вашей компании в развитие общества / А.Р. Акопян, Е.А. Иванова, С.Е. Литовченко; под ред. С.Е. Литовченко. – М.: Ассоциация Менеджеров, 2004. – 103 с.
2. Алексеев, Ю.П. Резервы устойчивого развития экономики регионов: Сб. Регион: ресурсы местного саморазвития / Науч. ред. Ю.П. Алексеев, Б.Е. Шпилев. – М: Изд-во БСТ, 1999.
3. Антошина, Н. Шведская модель экономической реформы / Н. Антошина // Экономист. – 2005. – №1. – С. 87 – 91.
4. Арасланова, М.В. Особенности взаимодействия властных и предпринимательских структур / М.В. Арасланова // Вестник РУДН. Серия: Политология. – 2009. – №2. – С. 17-25.
5. Аристов, С.М. Социальная политика градообразующего предприятия ОАО «Татнефть» / С.М. Аристов // Человеческие ресурсы региона и корпоративная политика. – Альметьевск: АНО «Независимый институт социальной политики, 2007. – 126 с.
6. Арцер, Т.В. Проблемы взаимодействия властных и предпринимательских структур / Т.В. Арцер // Известия Томского политехнического университета. – 2008. – Т. 312. – №6. – С. 31-34.
7. Асаул, А.Н. Финансовый кризис в России: причины и последствия / А.Н. Асаул // Экономическое возрождение России. – 2009. – №2 (20). – С. 3-8.
8. Атаманчук, Г.В. Теория государственного управления. Курс лекций / Г.В. Атаманчук. – М.: Омега-Л, 2010. – 528 с.
9. Бадалов, А.Л. Частно-государственное партнерство в реализации инвестиционных проектов / А.Л. Бадалов // ЭКО. – 2008. – №6. – С. 131-132.

10. Баженов, А. Государственно-частное партнерство: ослабление рисков / А. Баженов // Государственная служба. – 2009. – №5. – С. 20-23.
11. Бакан, Дж. Корпорация: патологическая погоня за прибылью / Пер. с англ. – М., 2007. – 276 с.
12. Балацкий, Е. Роль государственного сектора в национальной экономике: общемировые тенденции / Е. Балацкий, В. Конышев // Общество и экономика. – 2003 г. – №7-8. – С. 5-28.
13. Баранова, Е. Информационный день как технология обратной связи в работе власти с населением / Е. Баранова // Управленческое консультирование. – 2002. – №2 (10). – С.15-25.
14. Башарина, Е.Н. Социально-ответственная реструктуризация бизнеса в рамках государственно-частного партнерства в российском коммунальном секторе / Е.Н. Башарина // Вестник МГУ. Серия XXI «Управление (государство и общество). – 2007. – №2. – С. 50-71.
15. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. – М., 1999. – 949 с.
16. Билинская, М.Н. Современная коррупция: отечественная специфика и зарубежный опыт противодействия. Монография / М.Н. Билинская, В.В. Моисеев, В.Ф. Ницевич. – Орел: Изд-во ОРАГС, 2011. – 440 с.
17. Бирюков, В. Госсобственность и госсектор в рыночной экономике / В. Бирюков, Е. Кузнецова // МЭиМО. – 2002 г. – №3. – С. 14-21.
18. Благов, Ю.Е. Корпоративная социальная деятельность: КСО как система / Ю.Е. Благов // Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент. – 2009. – №3. – С. 32-37.
19. Благов, Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность в России: уроки национального доклада о социальных инвестициях / Ю.Е. Благов, Е.А. Иванова // Российский журнал менеджмента. – 2009. – №7 (1). – С. 3-24.

20. Благов, Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: вызовы управленческому образованию / Ю.Е. Благов // Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент. – 2010. – №2. – С. 143-156.

21. Благов, Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю.Е. Благов; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – 2-е изд. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2011. – 272 с.

22. Блэк, С. Паблик рилейшнз. Что это такое? / Пер. с англ. – М.: Новости, 1990. – 239 с.

23. Братющенко, С.В. Корпоративная социальная ответственность бизнеса как институт государственно-частного партнерства и эффективной региональной и социальной политики / С.В. Братющенко, В.Е. Селиверстов // Регион: экономика и социология. – 2007. – №4. – С. 189-206.

24. Брэдгард, Т. Социальная ответственность бизнеса между государственной политикой и политикой предприятий / Т. Брэдгард // SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры. – 2005. – №2. – С. 50-71.

25. Бунин, И.А. Власть и бизнес: этапы большого пути [Электронный ресурс] / И.А. Бунин // Режим доступа: <http://www.politcom.ru> (дата обращения: 15.03.2013).

26. Бурганов, Р. Формирование конкурентной среды в регионах / Р. Бурганов // Экономист. – 2001. – №7. – С. 30–34.

27. Бутенко, Я. Частно-государственное партнерство: эффективный инструмент взаимодействия / Я. Бутенко // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – №7. – С. 44-51.

28. Валигурский, Д.И. Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы / Д.И. Валигурский // – М.: ИД Дашков и Ко, 2002. – 332 с.

29. Валитов, Ш.М. Взаимодействие власти и бизнеса: сущность, новые формы и тенденции, социальная ответственность. Монография / Ш.М. Валитов, В.А. Мальгин. – М.: Экономика, 2009. – 207 с.

30. Варнавский, В.Г. Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски / В.Г. Варнавский. – М.: Наука, 2005. – 315 с.
31. Василенко, И.А. Административно-государственное управление в странах Запада: США, Великобритания, Франция, Германия. Учебное пособие. / И.А. Василенко. – М.: Логос, 2001. – 200 с.
32. Василенко, И.А. Государственное и муниципальное управление. Учебник / И.А. Василенко. – М.: Юрайт, 2010. – 416 с.
33. Васильева, Е. «Социальное государство» и новая модель социальной политики в России / Е. Васильева // Власть. – 2008. – №11. – С. 27-30.
34. Введение в государственное управление. В 3-х кн. Кн. 1. Право, государство и политика / С.А. Гуреев, А.Р. Парамонов, В.В. Лобанов, А.А. Гришковец. – М.: Финстатинформ, 1998. – 231с.
35. Веблен, Т. Теория делового предприятия / Пер. с англ. – М., 2007. – 288 с.
36. Веселова, Н.Г. Социальное управление и элементы его культуры: Обобщение и рекомендации / Н.Г. Веселова. – М.: ИД Дашков и Ко, 2002. – 340 с.
37. Виллисов, М.В. Государственно-частное партнерство: политико-правовой аспект [Электронный ресурс] // www.rusrand.ru/public/public_7.html.
38. Висельская, Е.Н. Направления развития социальной ответственности российских корпораций: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 / Висельская Елена Николаевна. – Тамбов, 2008. – 17 с.
39. Владимиров М. Областная общественная палата: идеология, технология, практика / М. Владимиров, Н. Григорьева, О. Язепова // Управленческое консультирование. – 2003. – №1 (13). – С. 48-58.
40. Власть и общественность: Социальные аспекты взаимодействия / сост. и науч. ред. О.Н. Савинова. – Н. Новгород: Нижполиграф, 1997. – 148 с.
41. Власть и общество: региональный аспект взаимодействия. Сборник научно-публицистических работ / под ред. Кириллова А.Д. и др. –

Екатеринбург: Изд-во ИПР, 2005. – 258 с.

42. Волгин, Н.А. Социальная политика. Учебник / Под общ. ред. Н.А. Волгина. – М.: Издательство «Экзамен», 2003. – 736 с.

43. Волков, А.А. Масштабы и пределы социальной политики Северных стран / А.А. Волков // Мировая экономика и международные отношения. – 2003. – №11. – С. 113-122.

44. Волкова, А.В. Административные реформы в современной России. Сравнительное государственное управление. Теория, реформы, эффективность / А.В. Волкова // – СПб: СПбГУ, 2000. – С. 177-201.

45. Володин, А.Г. Гражданское общество и модернизация в России (истоки и современная проблематика) / А.Г. Володин // Полис. – 2000. – №3. – С. 104-116.

46. Волчкова, Л.Т. Государственное управление. Словарь-справочник (по материалам «International Encyclopedia of Public Politic and Administration») / Л.Т. Волчкова – М.: Петрополис, 2001. – 632 с.

47. Волинский, Г.С. Противоречие между трудом и капиталом: современный аспект / Г.С. Волинский // Социальная экономика. – 2003. – №2-3. – С. 118-124.

48. Вольский, А.И. Социальная ответственность: с чего начать? / А. Вольский // Ведомости. – 2004. – 31 августа.

49. Воронин, Ю.М. Россия: экономический рост / Ю.М. Воронин, А.З. Селезнев, Л.Г. Чередниченко. – М.: Изд. дом «Финансовый контроль», 2013 г. – 312 с.

50. Вуд, Д.Дж. Корпоративная социальная деятельность: пересмотр концепции / Д.Дж. Вуд // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 8. Менеджмент. – 2009. – №3. – С. 38-74.

51. Вуйма, А. Лоббирование. Как добиться от власти нужных решений / А. Вуйма. – СПб: Питер, 2008. – 382 с.

52. Гаврилов, А.И. Региональная экономика и управление. Курс лекций / А.И. Гаврилов. – М.: ИНФРА-М, 2003.

53. Гаджиев, К.С. Гражданское общество и правовое государство / К.С. Гаджиев // Мировая экономика и международные отношения. – 1991. – №9. – С. 4-8.
54. Гайдар, Е. Государство и эволюция / Е. Гайдар. – СПб: Евразия, 1995. – 205 с.
55. Гайдар, Е. Государственная нагрузка на экономику / Е. Гайдар // Вопросы экономики. – 2004. – №9. – С. 4-24.
56. Гайдар, Е. Власть и собственность / Е. Гайдар. – М.: Норма, 2009. – 336 с.
57. Гайнутдинов, Р. Модели взаимодействия бизнеса и государства в глобализирующемся мире: сравнительный анализ // Проблемы современной экономики / Электронный журнал. – 2006. – №1(17). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=945>.
58. Галкин, А.А. Корпоративизм как форма отношений между государством и обществом / А.А. Галкин // Полис. – 2000. – №6. – С. 43-47.
59. Гасанов, И. Региональные проблемы инфраструктуры экономики / И. Гасанов // Экономист. – 2001. – №7. – С. 34-39.
60. Гизатуллин, А.В. Корпоративное управление, социальная ответственность и финансовая эффективность / А.В. Гизатуллин // Российский журнал менеджмента. – 2007. – №1. – Том 5. – С. 35-66.
61. Глаголев, С.Н. Бизнес и власть: актуальные проблемы взаимодействия. Монография / С.Н. Глаголев, В.В. Моисеев. – Изд-во БГТУ, 2012. – 330 с.
62. Глазунова, Н.И. Система государственного управления / Н.И. Глазунова. – М.: Юнити-Дана, 2002. – 551 с.
63. Глазырин, М. Механизмы использования потенциала саморазвития муниципальных образований / М. Глазырин, В. Королев // Экономист. – 2000. – №8. – С. 53-60.
64. Глазырин, М. Муниципальный производственно-социальный комплекс и механизм его саморазвития / М. Глазырин // Экономист. – 2002. –

№2. – С. 68-75.

65. Говорун, А.В. Очерки модернизации российской промышленности: поведение фирм / А.В. Говорун, К.Р. Гончар, В.В. Голикова, Е.Т. Гурвич, О.А. Демидова, Т.Г. Долгопятова, Б.В. Кузнецов, А.А. Яковлев; под науч. ред. Б.В. Кузнецова. – М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2014. – 400 с.

66. Голяк, С.С. Цели и методы управления в системе взаимодействия власти, бизнеса и общества / С.С. Голяк, Б.Д. Залещанский, А.А. Карнаушкин, С.С. Кузнецов, Н.Л. Прохоров // Экономика и производство. – 2008. – №3. – С. 14-19.

67. Горин Н.И. Бизнес и общество: выгодное партнерство / Н.И. Горин, А.А. Нецадин, Г.Л. Тульчинский. – М.: Вершина, 2006. – 72 с.

68. Город и бизнес: формирование социальной ответственности российских компаний / С.В. Ивченко, М.И. Либоракина, Т.С. Сиваева; под ред.: М.И. Либоракиной. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2003. – 136 с.

69. Государственная политика и управление. Учебник. В 2 ч. Часть 1. Концепции и проблемы государственной политики и управления / под ред. Л.В. Сморгунова – М.: РОССПЭН, 2006. – 384 с.

70. Государственная политика и управление. Учебник. В 2 ч. Часть 2. Уровни, технологии, зарубежный опыт государственной политики и управления / под ред. Л.В. Сморгунова. – М.: РОССПЭН, 2007. – 495 с.

71. Государственное управление. Основы теории и организации. В 2 т. / под ред. В.А. Козбаненко. – М.: Статут, 2002. – 592 с.

72. Гражданкин, Н.И. Реальную пользу – реальным людям / Н.И. Гражданкин // Федеративные отношения и региональная социально-экономическая политика. – №9 (57). – 2003. – С. 36-40.

73. Гражданский Кодекс Российской Федерации. – М.: ИНФРА-М., 2006.

74. Гражданское общество и правовое государство, предпосылки формирования / отв. ред. Г.Н. Манов. – М.: ИГиП РАН, 1991. – 119 с.

75. Гранберг, А. Основы региональной экономики: Учебник для вузов. – 2-е изд. / А. Гранберг. – М.: ГУ ВШЭ, 2001.
76. Гранберг, А. Стратегия территориального социально-экономического развития России: от идеи к реализации / А. Гранберг // Вопросы экономики. – 2001. – №9. – С. 15-28.
77. Грекова, Г.И. Роль корпоративной социальной ответственности в общественном развитии / Г.И. Грекова // Экономика российских регионов: теоретические и практические подходы к решению актуальных проблем развития: Сборник тезисов научно-практической конференции – Великий Новгород, 2006. – С. 49-50.
78. Грин, Р. Законы власти / Р. Грин. – М.: Рипол Классик, 2006. – 320 с.
79. Грин, Р. 24 закона обольщения для достижения власти / Р. Грин. – М.: Рипол Классик, 2007. – 736 с.
80. Гришин, В.И. Фактор стабилизации экономического и социального положения в регионах / В.И. Гришин // Финансы. – 2001. – №8. – С. 3-6.
81. Громыко, Г.Л. Теория статистики: Учебник / Г.Л. Громыко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2011 г. – С. 476.
82. Гуваков, В. Потребительский контракт власти и бизнеса в пространстве стиля жизни / В. Гуваков, А. Панов // Бизнес. Общество. Власть. – 2010. – №4. – С. 28-39.
83. Гусман, М. Формула власти / М. Гусман. – М.: Терра, 2010. – 544 с.
84. Делягин, М.Г. Государство между народом и бизнесом / М.Г. Делягин // Полис. – 2008. – №3. – С. 134-147.
85. Дементьев, В. Экономическая власть и институциональная теория / В. Дементьев // Вопросы экономики. – 2004. – Т. 3. – №3. – С. 50-64.
86. Денисов, Н.А. Отношения распределения: современные модели / Н.А. Денисов, Е.Г. Мальгинова // Общество и экономика. – 2007. – №3-4. – С. 84-108.
87. Дерябина, М. Государственно-частное партнерство: теория и практика / М. Дерябина // Вопросы экономики. – 2008. – №8. – С. 61-77.

88. Дмитриев, Ю.А. Соотношение понятий политической и государственной власти в условиях формирования гражданского общества / Ю.А. Дмитриев // Государство и право. – 1994. – №7. – С. 28-34.

89. Дракер, П.Ф. Эффективный управляющий / П.Ф. Дракер. – М.: Бук Чембэр Интернэшнл, 1994. – 267 с.

90. Дынкин, А.А. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские перспективы / А. Дынкин, Д. Пискунов, С. Перегудов и др. – М.: ИМЭМО, 2004.

91. Дынкин, А.А. Социальная ответственность как проблема развития корпоративной культуры в России / А.А. Дынкин, А.А. Соколов // Вопросы экономики. – 2004. – №3. – С. 40-50.

92. Егоров, И. Логика экономического процесса: социоэкономический синтез / И. Егоров, // МЭиМО. – 2004 г. – №4. – с. 27-36.

93. Задорожный, Г.В. О духовных началах стратегии развития региона / Г.В. Задорожный // Социальная экономика. – 2007. – №3-4. – С. 61-69.

94. Ивченко, С. Город и бизнес: развитие социальной ответственности российских компаний / С. Ивченко, М. Либоракина, Т. Сиваева. – М.: Институт экономики города, 2003. – 135 с.

95. Инновационная экономика / А.А. Дынкин, Н.И. Иванова, М.В. Грачев и др. – 2-е изд. – М.: Наука, 2004. – 352 с.

96. Ирхин, Ю.В. Гражданское общество и власть: проблемы взаимодействия и контроля в современной России / Ю.В. Ирхин // Социально-гуманитарные знания. – 2007. – №5. – С. 5-21.

97. Кабашкин, В.А. Развитие государственно-частного партнерства в регионах Российской Федерации / В.А. Кабашкин, А.А. Левченко, В.А. Сидоров. – Белгород: ПОЛИТЕРРА, 2008. – 231 с.

98. Камрасс, Р. Алхимия корпорации. Как реформировать структуру бизнеса в соответствии с реалиями завтрашнего дня / пер. с англ. С. Зайцева. – М., 2005. – 256 с.

99. Канаева, О.А. Корпоративная социальная ответственность:

формирование концептуальных основ / О.А. Канаева // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер.5: Экономика. – 2009. – №2. – С. 25-39.

100. Канаева, О.А. Формирование концептуальных основ корпоративной социальной ответственности. Монография / под общ. ред. О.А. Канаевой, В.С. Сопина. – Изд-во СПбГУ, 2010. – 312 с.

101. Канаева, О.А. Корпоративная социальная политика: теория и практика управленческих решений. Монография / О.А. Канаева // Издательство СПбГУ, 2013. – 360 с.

102. Кастельс, М. Информационная эпоха. Экономика, власть и общество / М. Кастельс. – М., 2000. – 265 с.

103. Клейнер, Г. Еще раз о роли государства и государственного сектора в экономике / Г. Клейнер, Д. Петросян, А. Беченов // Вопросы экономики. – 2004 г. – №4. – С. 25-41.

104. Клейнер, Г.Б. Эволюция институциональных систем / Г.Б. Клейнер. – М.: Наука, 2004. – 240 с.

105. Клепач, А. О роли крупного бизнеса в современной российской экономике (комментарий к докладу Всемирного банка) / А. Клепач, А. Яковлев // Вопросы экономики. – 2004. – №8. – С. 36-45.

106. Конов, А.В. Антикоррупционное декларирование в России: существующие проблемы и возможные подходы к реформированию / А.В. Конов, А.А. Яковлев // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2013. – №1. – С. 5-27.

107. Конституция Российской Федерации: Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. – М.: ИНФРА-М, Норма, 1997.

108. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденная Распоряжением Правительства РФ от 17.11.2008 г. №1662-р. [Электронный ресурс] / <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=law;n=82134>

109. Корпоративная социальная ответственность в современной России: теория и практика / Аналитический вестник Совета Федерации ФС

РФ. – 2005. – №26 (278).

110. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров / Э.М. Коротков, О.Н. Александрова, И.П. Кислицына, С.А. Антонов, Т.Ю. Кротенко, Е.Ю. Кузьмина, Е.В. Пруданова, Ю.В. Слиняков, И.В. Соклакова, О.Н. Яковлева и др.; под ред. Э.М. Короткова. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 445 с.

111. Корпоративная экологическая ответственность: состояние и перспективы. Экспертный опрос // Бизнес и общество. – 2006. – №6. – С. 3-15.

112. Костин, А.А. В русле мировой тенденции – от благотворительности к социальной ответственности / А.А. Костин // Большой бизнес. – 2005. – №3. – С. 43-48.

113. Костин, А.Е. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие: мировой опыт и концепция для России / А.Е. Костин // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – №3. – С. 112-121.

114. Костин, А.Е. Корпоративное управление и КСО: Канадский опыт / А.Е. Костин // Бизнес и общество. – 2005. – №4-5 (29-30). – С. 42-43.

115. Костина, Е.Н. Корпоративное гражданство как следующий этап корпоративной социальной ответственности на пути взаимодействия государства, бизнеса и общества / Е.Н. Костина // Демократия и управление: Информационный бюллетень исследовательского комитета РАПН по сравнительной политологии (СП-РАПН). – СПб., 2008. – №2 (6). – С. 94-97.

116. Красин, Ю.А. Российская демократия: коридор возможностей / Ю.А. Красин // Полис. – 2004. – №6. – С. 76-84.

117. Крекотнев, С. Государственно-частное партнерство в реализации национальных проектов и программ / С. Крекотнев, О. Иванов // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – №9. – С. 19-27.

118. Кривошеев, В.Т. Социально-профессиональная адаптация безработных. Учебное пособие / В.Т. Кривошеев. – Саратов: ПМУЦ, 2002. – 139 с.

119. Кричевский, Н.А. Корпоративная социальная ответственность /

Н.А. Кричевский, С.Ф. Гончаров. – Москва: Дашков и Ко, 2006. – 195 с.

120. Кузин, Д.В. Корпоративная социальная ответственность – канадская практика / Кузин Д.В. // Тетради международного университета в Москве. Сб. научных трудов, вып. 5. М., 2005.

121. Кузнецова, О. Теоретические основы государственного регулирования экономического развития экономики / О. Кузнецова // Вопросы экономики. – 2002. – №4. – С. 46 – 66.

122. Кузьмин, А.В. Формирование концепции корпоративного гражданства в России / А.В. Кузьмин // Российское предпринимательство. – 2013. – № 21 (243). – С. 108-115.

123. Куликов, В. Социальная политика как приоритет и приоритеты социальной политики / В. Куликов, В. Роик // Российский экономический журнал. – 2005. – №1. – С. 18-22.

124. Кушпов, В. Зарубежный опыт развития социально ответственного бизнеса / В. Кушпов // Государственная служба. – 2004. – №2 (28). – С. 40-43.

125. Ланская, Д.В. Механизмы гармонизации интересов субъектов корпоративных отношений и разрешения проблем развития российских корпораций / Д.В. Ланская // Креативная экономика. – 2013. – №12 (84). – С. 126-132.

126. Лапина, Н. Социальная политика бизнеса в российских регионах. Сборник / Н. Лапина, А. Чирикова, С. Перегудов. – М. Издательство: Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН, 2005. – 212 с.

127. Ларичев, О.И. Теория и методы принятия решений, а также Хроника событий в Волшебных странах: Учебник. Изд. второе, перераб. и доп. / О.И. Ларичев. – М.: Логос, 2002. – 392 с.

128. Левада, Ю. Власть, элита и масса: параметры взаимоотношений в российских кризисах / Ю. Левада // Вестник общественного мнения. – 2006. – №1. – С. 8-13.

129. Левин, И.Б. Гражданское общество на Западе и в России:

сравнительный анализ / И.Б. Левин // Полис. – 1996. – №5. – С. 107-119.

130. Ленин, В.И. Империализм как высшая стадия капитализма (популярный очерк). – М., 1969. – 512 с.

131. Леонов, К.А. Политическая активность молодежи и уровень доверия к политическим институтам / К.А. Леонов // Социология власти. – 2008. – №1. – С. 106-113.

132. Литовченко, С.Е. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка / С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. – М.: Ассоциация менеджеров, 2003. – 108 с.

133. Лужков, Ю.М. Путь к эффективному государству: план преобразования системы государственной власти и управления Российской Федерации / Ю.М. Лужков. – М.: Изд-во МГУ, 2002. – 206 с.

134. Лучко, М.Л. Этика бизнеса – фактор успеха / М.Л. Лучко. – М., 2006. – 301 с.

135. Лысенко, Г.В. Взаимодействие власти и СМИ: стратегия и технологии ее реализации (региональный аспект) / Г.В. Лысенко // Социологические исследования. – 2008. – №4. – С. 73-77.

136. Льюкс, С. Власть. Радикальный взгляд / С. Льюкс. – М.: ИД ГУ-ВШЭ, 2010. – 240 с.

137. Макконелл, К.Р. Экономикс. Принципы, проблемы и политика. / К.Р. Макконелл, С.Л. Брю. Пер. с англ. – 14-е изд. – М. ИНФРА-М, 2003. – 983 с.

138. Максимов, Д.А. Проблемы взаимодействия власти и бизнеса в современной России / Д.А. Максимов, П.В. Толпегин – М.: Изд-во Ленанд, 2010. – 144 с.

139. Мандел, Э. Власть и деньги / пер. с фр. – М.: Экономическая демократия, 1992. – 277 с.

140. Матеров, И.С. Экономический рост в России: возможности ближайших лет / И.С. Матеров // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 6. Экономика. – 2002. – №1. – С. 21-36.

141. Мендрас, М. Как региональные элиты защищают свою власть / М. Мендрас // Pro et contra. – 2000. – №1. – С. 63-79.
142. Мингалева, Ж.А. Корпоративное гражданство как инструмент модернизации национальной экономики / Ж.А. Мингалева, И.П. Смилевская // Креативная экономика. – 2012. – №5 (65). – С. 65-69.
143. Моисеев, В.В. Актуальные проблемы России. Монография / В.В. Моисеев. – Орёл: Изд-во ОРАГС, 2008. – 380 с.
144. Моисеев, В.В. Куда идет Россия? Стратегия экономического и социального развития. Монография / В.В. Моисеев. – Орёл: Изд-во ОРАГС, 2008. – 352 с.
145. Моисеев, В.В. История государственного управления России: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений / В.В. Моисеев. – Москва: Изд-во КноРус, 2010. – 440 с.
146. Моисеев, В.В. Социальная политика России. Монография / В.В. Моисеев. – Орёл: АПЛИТ, 2010. – 348 с.
147. Моисеев, В.В. Борьба с коррупцией в России. Монография / В.В. Моисеев. – Орёл: АПЛИТ, 2011. – 348 с.
148. Мысляева, Н.П. Государственное регулирование экономики. Учебное пособие / Под ред. И.Н. Мысляевой, Н.П. Кононковой. – Изд-во Московского университета, 2010. – 443 с.
149. Некрасов, Н.Н. Региональная экономика / Н.Н. Некрасов. – М.: Экономика, 2005. – 259 с.
150. Нелюбова, И. Государственно-частное партнерство в реализации стратегии развития региона / И. Нелюбова // Региональная экономика. – 2007. – №11. – С.47-56.
151. Николаев, Н. Выбор стратегии регионального экономического развития / Н. Николаев, М. Махотеева // Экономист. – 2000. – №10. – С. 3-9.
152. Нисневич, Ю. Государственная власть в современной России / Ю. Нисневич. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 496 с.
153. Новиков, В. Социальное партнерство: этапы становления и

развития / В. Новиков // Экономист. – 2006. – №4. – С. 85-88.

154. Новосельцева, Г.Б. Трансформация государственного регулирования современной экономики / Г.Б. Новосельцева. – М.: Экономические науки, 2006. – 256 с.

155. Норт, Д.К. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д.К. Норт. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 118 с.

156. Норт, Д.К. Институциональные изменения: рамки анализа. Доклад на конференции по проблемам экономических реформ в России / Д.К. Норт // Вопросы экономики. – 2004. – №3. – С. 6-17.

157. Норт, Д.К. Капитализм и экономический рост / Д.К. Норт // Журнал экономической теории. – 2005. – №3. – С. 5-15.

158. О социально-экономическом положении Новгородской области / Новгородский областной комитет государственной статистики, 2006-2012 гг.

159. Общество и власть. Проблемы взаимодействия / В. Виноградов, В. Милецкий, С. Елисеев. – СПб: Изд-во СПбГУ, 2006. – 250с.

160. Одинцов, А.А. Защищает ли государство российского предпринимателя? / А.А. Одинцов, Ал.А. Одинцов // Российское предпринимательство. – 2001. – №2 (14). – С. 97-101.

161. Олейник, А. «Институциональные ловушки» постприватизационного периода в России / А. Олейник // Вопросы экономики. – 2004. – Т.6. – №6. – С. 79-94.

162. Омельченко, Н.А. История государственного управления в России. Учебник / Н.А. Омельченко. – М.: Проспект, 2010. – 463 с.

163. Оноприенко, В.И. Эволюция договорного регулирования социально-трудовых отношений: социальное партнерство / В.И. Оноприенко. – Диссертация в виде научного доклада. – М., 2004 г.

164. Орешин, В.П. Государственное регулирование национальной экономики (в вопросах и ответах). Учебное пособие / В.П. Орешин. – М.: Инфра-М, 2000. – 124 с.

165. Осипов, В.И. Власть – проблемы государственного управления: Региональный аспект / В.И. Осипов. – Саратов, 1997. – 116 с.
166. Оу, И. Японский менеджмент: прошлое, настоящее и будущее / Под ред. В.Д. Спивака. – М., 2007. – 159 с.
167. Павлов, Р.Н. Институты социальной ответственности бизнеса и проблемы корпоративного поведения в России / Р.Н. Павлов. – М.: ЦЭМИ РАН, 2003. – 187 с.
168. Паппэ, Я.Ш. Российский крупный бизнес: первые 15 лет. Экономические хроники 1993-2008 гг. / Я.Ш. Паппэ, Я.С. Галухина. – М., 2009. – 424 с.
169. Парфенова, В.В. Проблема критериев эффективности взаимодействия власти и общества / В.В. Парфенова, П.А. Сельцовский // Социально-гуманитарные знания. – 2008. – №4. – С. 213-221.
170. Перегудов, С.П. Крупная российская корпорация в системе власти / С.П. Перегудов // Полис. – 2001. – №3. – С. 16-24.
171. Перегудов, С.П. Корпоративный капитал и институты власти: кто в доме хозяин? / С.П. Перегудов // Полис. – 2002. – №5. – С. 74-85.
172. Перегудов, С.П. Корпорации, общество, государство: эволюция отношений / С.П. Перегудов. – М.: Наука, 2003. – 352 с.
173. Перегудов, С.П. Корпоративное гражданство как новая форма отношений бизнеса, общества и власти / С.П. Перегудов, И.С. Семененко. – М.: ИМЭМО РАН, 2006. – 193 с.
174. Перегудов, С.П. Крупная корпорация как субъект публичной политики / С.П. Перегудов. – М.: ГУ ВШЭ, 2006. – 168 с.
175. Перегудов С.П. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии / С.П. Перегудов, И.С. Семененко; Ин-т мировой экономики и междунар. отношений РАН. – М.: Прогресс-Традиция, 2008. – 447 с.
176. Перекрестов, Д.Г. Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики. Монография / Д.Г. Перекрестов, И.П. Поварич,

В.А. Шабашев. – Изд-во «Академия Естествознания», 2011. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rae.ru/monographs/139>.

177. Поляк, Г.Б. Финансовые проблемы развития регионов / Г.Б. Поляк // Финансы – 2001. – №9. – С.14-18.

178. Пороховский, А.А. Национальные рыночные модели экономического развития / А.А. Пороховский // Российский экономический журнал. – 1997. – №11-12. – С. 85-100.

179. Послание Президента России Дмитрия Медведева Федеральному Собранию РФ 30 ноября 2010 г. // Российская газета. – 2010. – 1 декабря.

180. Потапов, Л. Социальная политика и саморазвитие региона / Л. Потапов // Экономист. – 2000. – №1. – С. 75-83.

181. Пронкин, С.В. Государственное управление зарубежных стран. Учебное пособие / С.В. Пронкин, О.Е. Петрунина. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 416 с.

182. Прусак, М.М. Стратегия региона: инвестиции в экономику / М.М. Прусак // Финансы. – 2001. – №1. – С. 6-9.

183. Прусак, М.М. Подходы к формированию гражданского общества в России. Новгородский аспект. / Гражданский Форум. Выпуск 2. / Под ред. Ю.Н. Солониной. – Санкт-Петербург, Издательство Санкт-Петербургского философского общества. – 2002. – С.57-76.

184. Пудич, В.С. Методология оценки социальной ответственности менеджмента / Р.О. Угурчиева, В.С. Пудич // Вестн. Ун-та управления. Сер. «Нац. и мировая экономика». – 2008. – №1. – С. 92-96.

185. Радыгин, А.Д. Эволюция форм интеграции и управленческих моделей: опыт крупных российских корпораций и групп // Российский журнал менеджмента. – 2004. – №4. – Т.2. – С. 44-49.

186. Российская благотворительность: мифы и реальность. Экспертный опрос // Бизнес и общество. – 2006. – №4-5.

187. Ротбард, М. Власть и рынок. Государство и экономика / М. Ротбард. – М.: Социум, 2010. – 420 с.

188. Роуз-Аккерман, С. Коррупция и государство: Причины, следствия, реформы / пер. с англ. – М.: Логос, 2003. – 343 с.

189. Руденко, К.А. Методика определения степени социальной ответственности предпринимательских структур // Российский экономический интернет-журнал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.e-rej.ru/Articles/2006/Rudenko.pdf>

190. Руденко, К.А. Геометрия корпоративного гражданства / К.А. Руденко // Российское предпринимательство. – 2013. – №13 (235). – С. 45-54.

191. Рукина, И.М. Регион и его роль в создании общего экономического пространства / И.М. Рукина // Экономическая наука современной России. – 2003. – №3. – С. 73-85.

192. Рыжков, В.А. Финансовые проблемы местного самоуправления / В.А. Рыжков // Финансы – 2001. – №2. – С. 8-12.

193. Рысьмятов, А. Институциональные изменения в системе экономических отношений / А. Рысьмятов, А. Погибелев, Е. Следева // Экономика сельского хозяйства России. – 2007. – №11. – С. 25-27.

194. Серегина, С.Ф. Роль государства в экономике / С.Ф. Серегина. – М.: Дело и сервис, 2002. – 288 с.

195. Сигов, В.И. Региональная экономика, управление, планирование / В.И. Сигов. – Л.: ЛФЭИ, 1982.

196. Современное управление: Энциклопедический справочник. 2 тома / под ред. Д.Н. Карпухина, Б.З. Мильнера. – М.: Издатцентр, 1997. – Т.1. – 584 с.; Т.2. – 576 с.

197. Современный словарь иностранных слов / Изд-во «Рус. яз.». – Ок. 20000 слов. – М.: Рус. яз., 1993.

198. Соловьев, А.И. Принятие государственных решений / А.И. Соловьев. – М.: КноРус, 2009. – 344 с.

199. Социальная ответственность компании: практическая польза для бизнеса [Электронный ресурс] / Ассоциация менеджеров. – М., 2002.

http://www.amr.ru/pdf/broshure_full.pdf

200. Социально ответственный бизнес: глобальные тенденции и опыт стран СНГ // Пер. с англ. А.А. Лаптева; под. ред. М.И. Либоракиной. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2001. – 72 с.

201. Социальное партнерство: словарь-справочник. / Рук авт. кол. В.Н. Киселев, В.Г. Смольков; АТ и СО. – М.: ОАО «Изд-во «Экономика», 2005. – 236 с.

202. Социальное положение и уровень жизни населения России: Стат. сб. / Госкомстат России. – М., 2013. – 463 с.

203. Социальные инициативы в ответ на глобализацию // Трудовой мир / Издание МОТ. – 1999. – №5 (28). – С. 4.

204. Сравнительное государственное управление: теория, реформы, эффективность / под ред. Сморгунова Л.В. – СПб: СПбГУ, 2000. – 228с.

205. Старчер, Дж. Корпоративная социальная ответственность и успех в бизнесе: монография / Д. Старчер, М. Палацци. – М.: Права человека, 1997. – 60 с.

206. Старчер, Дж. Совместимы ли этика и предпринимательство? / Дж. Старчер. – СПб.: «Единение», 1997. – 45 с.

207. Столяров, И.И. Государственное регулирование рыночной экономики. Учебное пособие / И.И. Столяров, И.Н. Мысляева, И.Н. Катихин. – М.: Дело, 2001. – 279 с.

208. Сулакшин, С.С. Наука и власть. Проблема коммуникации / С.С. Сулакшин, Ю.А. Зачесова, Е.С. Сазонова, И.Ю. Колесник, Ю.Е. Мешков // Материалы Всероссийской научной конференции (М., 26 сентября 2008г.). – М.: Научный эксперт, 2009. – 456 с.

209. Тамбовцев, В.Л. Государство и переходная экономика: пределы управляемости / В.Л. Тамбовцев. – М.: Теис, 1997. – 125 с.

210. Тархов, С.А. Регионализация и развитие России: географические процессы и проблемы / под ред. А.И. Трейвиша, С.С. Артоболевского. – Москва, Эдиториал УРСС, 2001. – С. 191-213.

211. Темницкий, А.Л. Ориентации рабочих на патерналистские и партнерские отношения с руководством / А.Л. Темницкий // Социс. – 2004, №6. – С. 34.

212. Теория и методология государственного управления: курс лекций / Н.Б. Антонова, Л.М. Захарова, Л.С. Вечер. – 3-е изд., доп. – Мн.: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2005. – 231 с.

213. Тироль, Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности. В 2 т. Учебник / Ж. Тироль. – СПб: Экономическая школа, 2000. – Т.1. – 334 с.; Т.2. – 455 с.

214. Титов, Б.Ю. «Деловая Россия» рассчитывает на прирост ВВП в 5% в случае реализации своей стратегии промполитики // РИА Новости. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://viperson.ru/wind.php?ID=326965&soch=1> (дата обращения 11.01.2014 г.)

215. Трудовой Кодекс Российской Федерации с комментариями к изменениям от 30 июня 2006 г. [принят ГД ФС РФ 21.12.2001] / под ред. Ю.А. Васиной. – Изд. 2-е, перераб., доп. – М.: Дело, 2008 г.

216. Тульчинский, Г.Л. Корпоративная социальная ответственность (Социальные инвестиции, партнерство и коммуникации) / Г.Л. Тульчинский. – Изд.: Справочники Петербурга, 2006 г. – 104 с.

217. Тульчинский, Г.Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности: учебное пособие / Г.Л. Тульчинский. – Санкт-Петербург, 2012. – Отдел оперативной полиграфии НИУ ВШЭ – 236 с.

218. Туркин, С.В. Социальные инвестиции в бизнесе / С.В. Туркин. – М.: Русский университет, 2003. – 240 с.

219. Туркин, С.В. Зачем бизнесу социальная ответственность? / С.В. Туркин // Управление компанией. – 2004. – №7. – С. 50.

220. Уколов, В.Ф. Взаимодействие власти, бизнеса и общества: Учебник / В. Ф. Уколов. – М.: Экономика, 2009. – 621 с.

221. Урсул, А.Д. Государство в стратегии устойчивого развития /

А.Д. Урсул. – М.: РАГС, 2000. – 271 с.

222. Уткин, Э.А. Государственное и муниципальное управление / Э.А. Уткин. – М.: Экмо, 2001. – 304 с.

223. Уткин, Э.А. Государственное и региональное управление / Э.А. Уткин, А.Ф. Денисова. – М.: Экмо, 2002. – 320 с.

224. Филиппович, А.В. Региональная политика в области налогообложения: связь налоговой нагрузки с экономическим ростом / А.В. Филиппович // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6. Экономика – 2002. – №2. – С. 12-18.

225. Фишер, Г. Развитие социальной креативности: пусть все голоса будут услышаны / Г. Фишер // Психология: журнал Высшей школы экономики / Ред. Т.Н. Ушакова. – 2005. – №4 том 2. – С. 57-64.

226. Фишер, Р. Переговоры без поражения. Гарвардский метод: пер. с англ. / Р. Фишер, У. Юри, Б. Паттон. – М.: Эксмо, 2006. – 319 с.

227. Форд, Г. Моя жизнь, мои достижения / Пер. с англ. – М.: ТЕРРА, 1992. – 192 с.

228. Фридман, М. Свобода выбирать / М. Фридман, Р. Фридман. Пер. с англ. – М.: Новое издательство, 2007. – 356 с.

229. Хикс, Дж. Теория экономической истории / Дж. Хикс. Пер. с англ. – М., 2003 г. – 516 с.

230. Холопов, В.А. Государственное и муниципальное управление. Учебное пособие / В.А. Холопов. – Ростов н/Д.: Феникс, 2010. – 368 с.

231. Хоффман, Д. Олигархи. Богатство и власть в новой России / Д. Хоффман. – М.: КоЛибри, 2008. – 624 с.

232. Хэйвуд, Р. Все о Public Relations: Как добиться успеха в бизнесе, используя связи с общественностью: монография / Пер. с англ. под общ. ред. Ю.В. Шленова. – М.: Лаборатория Базовых Знаний, 1999. – 256 с.

233. Цапиева, О.К. Устойчивое развитие региона: теоретические основы и модель / О.К. Цапиева // Проблемы современной экономики. – 2010. – №2 (34). – С. 48.

234. Цветкова, Г. Экономические проблемы в деятельности местных органов власти / Г. Цветкова // Экономист. – 2002. – №2. – С. 60-68.

235. Челлен, Р. Государство как форма жизни / Р. Челлен. – М.: РОССПЭН, 2008. – 320 с.

236. Черныш, М.Ф. Противоречия становления социального партнерства / М.Ф. Черныш // Социал. исслед. – 2005. – №6. – С. 16-25.

237. Чирикова, А.Е. Бизнес как субъект социальной политики в современной России / А.Е. Чирикова // Общество и экономика. – 2006. – №9. – С. 116-117.

238. Чирикова, А.Е. Вертикаль власти в оценках региональных элит: динамика перемен / А.Е. Чирикова // Полис. – 2008. – №6. – С. 98-112.

239. Чиркин, В.Е. Государственная власть субъекта федерации / В.Е. Чиркин // Государство и право. – 2000. – №10. – С. 5-12.

240. Чиркин, В.Е. Государственное управление. Элементарный курс. / В.Е. Чиркин. – М.: Юристъ, 2002. – 320с.

241. Шалмуев, А.А. Управление региональным развитием / А.А. Шалмуев. НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2006. – 184 с.

242. Шамхалов, Ф. Государство и экономика. Власть и бизнес / Ф. Шамхалов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2005. – 718 с.

243. Шамхалов, Ф. Взаимодействие политической и экономической власти в условиях рынка / Ф. Шамхалов // Государственная служба. – 2007. – №6. – С. 15-26.

244. Шамхалов, Ф. Собственность и власть / Ф. Шамхалов. – М.: Экономика, 2007. – 412 с.

245. Шапочка, Е. Стратегии социальной ответственности в маркетинге компаний / Е. Шапочка // Управление компанией. – 2005. – №9. – С. 75-77.

246. Шапсугов, Д.Ю. Проблемы теории и истории власти, права и государства / Д.Ю. Шапсугов. – М.: Юристъ, 2003. – 688 с.

247. Шестаков, О.А. Структура общества и структура власти, или что

такое демократия и есть ли она в России / О.А. Шестаков. – М.: Либроком, 2009. – 72 с.

248. Ширяев, В. Новые инструменты управления бюджетным процессом в регионе / В. Ширяев // Экономист. – 2001. – №6. – С. 52-59.

249. Шохин, А.Н. Взаимодействие бизнеса и власти в Европейском Союзе / А.Н. Шохин, Е.А. Королев. – М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2008. – 160 с.

250. Штульберг, Б.М. Региональная политика России. Теоретические основы, задачи и методы реализации / Б.М. Штульберг, В.Г. Веденский. – М.: Гелиос АРВ, 2000. Рукопись поступила в редакцию 10.04.2003.

251. Шулус, А. Социальное партнерство – российская модель / А. Шулус // Социальное партнерство. – 2007. – №2. – С. 17.

252. Шумпетер, Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й.А. Шумпетер. – М.: Эксмо, 2007. – 862 с.

253. Эконометрика. Учебник / Под ред. И.И. Елисеевой. – М.: Проспект, 2011. – 288 с.

254. Экономика и право: Энциклопедический словарь Габлера / Пер с нем / Под общ. Ред. А.П. Горкина, Н.Л. Тумановой, Н.Н. Шаповаловой и др. – М.: Большая Российская энциклопедия, 2003 – 432 с.

255. Экономика общественного сектора: Учебник / Под ред. П.В. Савченко, И.А. Погосова, Е.Н. Жильцова. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 763 с.

256. Эльянов, А. НТП и экономическая политика на периферии мирового хозяйства / А. Эльянов // МЭиМО. – 2005. – №4. – С. 74-86.

257. Энгельс, Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства / Ф. Энгельс. – М.: Политиздат, 1973 г. – 631 с.

258. Эффективность государственного управления / под общ. ред. С.А. Батчикова, С.Ю. Глазьева. – М.: Изд-во Консалтбанкир, 1998. – 848 с.

259. Якимец, В.Н. Межсекторное социальное партнерство: возможности и ограничения / В.Н. Якимец. – М.: АСИ, 2001. – 140 с.

260. Якимец, В.Н. Межсекторное социальное партнерство: основы,

теория, принципы, механизмы / В.Н. Якимец. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 384 с.

261. Якимец, В.Н. Социальные инвестиции российского бизнеса: механизмы, примеры, проблемы, перспективы / В.Н. Якимец // Труды Института системного анализа Российской академии наук (ИСА РАН). – 2005. – Т. 18. – 184 с.

262. Якимец, В.Н. Рейтинг субъектов РФ по продвижению механизмов межсекторного социального партнерства и описание нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность гражданского общества в Ярославской области / В.Н. Якимец, Е.А. Исаева // Оценка состояния и развития гражданского общества России. – М.: Труды ИСА РАН. – 2010. – Т.57. – С.56-79.

263. Яковлев, А.А. Реформы в России глазами бизнеса / А.А. Яковлев, Т.М. Фрай // Pro et Contra. – 2007. – №11. – С. 118-134.

264. Яковлев, А.А. Бизнес-ассоциации как инструмент взаимодействия между правительством и предпринимателями: результаты эмпирического анализа / А.А. Яковлев, А.В. Говорун // Журнал новой экономической ассоциации. – 2011. – №9. – С. 98-127.

265. Яковлев, А.А. Влияние взаимоотношений предприятий с властями на участие предприятий в системе госзакупок: эмпирический анализ / А.А. Яковлев // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2011. – №1. – С. 133-156.

266. Яковлев, А.А. Восстановить диалог с бизнесом и создать правильные стимулы для чиновников / А.А. Яковлев // Журнал новой экономической ассоциации. – 2012. – №1. – С. 160-163.

267. Яковлев, А.А. В поисках новой социальной базы, или почему российская власть меняет отношение к бизнесу / А.А. Яковлев // Общественные науки и современность. – 2013. – №2. – С. 5-14.

268. Яковлев, А.А. В профессиональном социологическом сообществе не хватает независимых экспертов / А.А. Яковлев, И.В. Задорин //

Экономическая социология. – 2013. – Т. 14. – №4. – С. 10-26.

269. Яковлев, А.А. Сравнительный анализ эффективности закупочной деятельности государственных организаций сходной сферы деятельности / А.А. Яковлев, А.В. Ткаченко, О.А. Демидова, О.Н. Балаева // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2013. – №2. – С. 5-36.

270. Яковлев, А.А. Эксперт должен стремиться быть независимым, а общество – поддерживать это стремление / А.А. Яковлев, В.М. Полтерович // Экономическая социология. – 2013. – Т. 14. – №3. – С. 8-26.

271. Ясин, Е.Г. Состоится ли новая модель экономического роста в России? / Е.Г. Ясин, Н.В. Акиндинова, А.А. Яковлев, Л.И. Якобсон // Вопросы экономики. – 2013. – №5. – С. 4-39.

272. Ackerman, R.W. How companies respond to social demands / R.W. Ackerman // Harvard Business Review. – 1973. – №51 (4). – P. 88-98.

273. Adams, C. Triple bottom line: a review of literature. In: The triple bottom line: does it all add up? Assessing the sustainability of business and CSR / Ed. by J. Richardson. – London, 2004.

274. Anderson, J. Corporate Social Responsibility / J. Anderson. – Quorum Books: N.Y., 1989.

275. Barnett, M.L. Corporate Reputation: Definitional Landscape / M.L. Barnett, J.M. Jermier, B.A. Lafferty // Corporate Reputation Review. – 2006. – Vol. 9. – №1. – P. 26-38.

276. Berle, A. The Modern Corporation and Private Property. / A. Berle, G. Means. – N.Y.: MacMillan, 1932.

277. Berle, A. For Whom Corporate Managers Are Trustees: a note / A. Berle // Harvard Law Review. – 1932. – №45.

278. Black, B.S. The Corporate Governance Behavior and Market Value of Russian Firms / B. Black // Stanford Law School, Working paper. – 2001. – №212.

279. Blomstrom, R.L. Business and Its Environment / R. Blomstrom, K. Davis. – N.Y., 1966. – P. 174-175.

280. Boston College Centre for Corporate Community Relations, Making the

Business Case: Determining the Value of Corporate Community Involvement, 2000.

281. Bowen, Howard R. Social Responsibilities of the Businessman / H.R. Bowen. – New York; Harper; Rom, 1953.

282. Bredgaard, T. Corporate social responsibility between public policy and enterprise policy // Transfer – European Review of Labour and Research. – 2004. – Vol. 10. – №3. – P. 372-392.

283. Carnegie, A. The Gospel of Wealth / A. Carnegie. – Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1900; republished 1962.

284. Carroll, A.B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance / A.B. Carroll // Academy of Management Review. – 1979. – Vol. 4. – №4. – P. 497-505.

285. Carroll, A.B. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders / A.B. Carroll // Business Horizons. – 1991. – №34 (4). – P. 39-48.

286. Carroll, A.B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct / A.B. Carroll // Business and Society. – 1999. – Vol. 38 (3). – P. 268-295.

287. Carroll, A.B. Business and Society: Ethics and Stakeholder Management / A.B. Carroll, A.K. Buchholtz. – 6th edition. – Thomson / South-Western: Mason (OH), 2006.

288. Carroll, A.B. The business case for corporate social responsibility: a review of concepts, research and practice / A. Carroll, K. Shabana // International Journal of Management Reviews. – 2010. – Vol. 12. – №1. – P. 85-105.

289. Clarkson, M.A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance / M.A Clarkson // Academy of Management Review. – 1995. – Vol. 20. – №1. – P. 92-117.

290. Commons, J. Institutional Economics: Its Place in Political Economy / J. Commons. – N.Y.: McMillan, 1934.

291. Cornuel, E. Management Education and Corporate Global

Responsibility / E. Cornuel // Global Responsibility. – 2010. – №2. – The GRLI Partner Magazine. January. – P. 13-16.

292. Corruption Perceptions Index: Corruption around the world in 2012 // Transparency International. – [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cpi.transparency.org> (дата обращения 12.11.2013 г.)

293. Crane, A. Corporate Citizenship: Toward an Ex-tended Theoretical Conceptualization / D. Matten, A. Crane // The Academy of Management. – Rev. 2005. – Vol. 30. – №1. – P. 166-179.

294. Crane, A. The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility / Ed. by A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, D.S. Siegel. – Oxford University Press. – 2009. – 608 p.

295. Davis, K. Can business afford to ignore corporate social responsibilities? / K. Davis // California Management Review, 1960. – Vol. 2. – pp. 70-76.

296. Davis, K. The Meaning and Scope of Social Responsibility / K. Davis // Contemporary management. Issues and Viewpoints. Englewood Cliffs, 1974. – P. 629.

297. Drucker, P.F. The new meaning of corporate social responsibility / P.F. Drucker // California Management Review. – 1984. – Vol. 26. – №2. – P. 53-63.

298. Drucker, P.F. Post-Capitalist Society / P.F. Drucker. – N.Y., 1993.

299. Freeman, R.E. Strategic management: a stakeholder approach. / R.E. Freeman. – Boston, 1984.

300. Freeman, R.E. The stakeholder approach revisited / R.E. Freeman // Zeitschrift fur Wirtschafts und Unternehmensethik. – 2004. – Vol. 5. – №3. – P. 228-241.

301. Friedman, M. The social responsibility of business is to increase its profits / M. Friedman // New York Times Magazine. – 1970. – Sept. 13.

302. Frye, T. Capture or Exchange? Business Lobbying in Russia / T. Frye // Europe-Asia Studies. – 2002. – Vol. 54. – №7. – P. 1017-1036.

303. Gearing Up: From Corporate Social Responsibility to Good Governance and Scalable Solutions. – L.-N.Y., 2004, pp. 14-15.

304. Googins, B.K. Emptying Out My Drawer: The Voice of Corporate Citizenship / B.K. Googins. – September, 2007. – www.bccccc.net.

305. Graves, S.P. How do you measure corporate citizenship? / S.P. Graves, S. Waddock, M. Kelly // Business Ethics. – 2001. – Vol. 15. – №2, March/April.

306. Haaparanta, P. Firms and public service provision in Russia. / P. Haaparanta, T. Juurikkala, O. Lazareva, J. Pirttilä, L. Solanko, E. Zhuravskaya // BOFIT Discussion Papers. – 2003. – №16.

307. Handerson, D. The Case Against Corporate Responsibility. – [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.cis.org.au/policy/winter01/polwin01-6.pdf>.

308. Haywood, R. All about Public relations / R. Haywood. – 2-nd edition. – London et al, 1998.

309. Heald, M. Management's responsibility to society: The growth of an idea / M. Heald. – 1957.

310. Johnson, H. Does it pay to be good? Social responsibility and financial performance / H. Johnson // Business Horizons. – 2003. – Vol. 46. – №6. – P. 34–40.

311. Joseph, E. A New Business Agenda for Government / E.L. Joseph. – 2003.

312. Juurikkala, T. Lobbying at the local level: Social assets in Russian firms / T. Juurikkala, O. Lazareva // BOFIT Discussion Papers. – 2006. – №1.

313. Kogut, B. Capital Market Development and Mass Privatization are Logical Contradictions: Lesson from Russia and the Czech Republic / B. Kogut, A. Spicer // Industrial and Corporate Change. – 2002. – №1, Oxford University Press.

314. Maignan, I. Measuring corporate citizenship in two countries: the case of the United States and France / I. Maignan, O. Ferrell // Journal of Business Ethics. – 2000. – Vol. 23. – №3. – P. 283-297.

315. Matten, D. Behind the mask: revealing the true face of corporate citizenship. / D. Matten, A. Crane, W. Chapple // Journal of Business Ethics. – 2003. – Vol. 45. – №1/2. – P. 109-120.

316. McGuire, J.W. Business and Society / J.W. McGuire. – N.Y.: McGraw-Hill, 1963. P. 144.

317. McWilliams, A. Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification? / A. McWilliams, D. Siegel // Strategic Management Journal. – 2001. – №21.

318. Mele, D. Corporate Social Responsibility in Spain: an Overview / D. Mele // Working paper. – 2004. – №543.

319. Miller, F.D. The social responsibility of corporations / F.D. Miller, J. Ahrens, in White T.I. (Ed.). – Upper Saddle River, NJ: Business Ethics: A Philosophical Reader, Prentice-Hall, 1993.

320. Moon, J. The social responsibility of business and new governance / J. Moon // Government and Opposition. – 2003. – Vol. 38. – №2. – P. 385-408.

321. Moon, J. Corporate social responsibility, government and civil society / J. Moon, D. Vogel / In: Crane A. et al. (Eds). The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility. – Oxford University Press. // Chapter 13. – 2008, pp. 303-324.

322. Porter, M. Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility / M. Porter, M. Kramer // Harvard Business Review. – 2009. – Vol. 84 (12). – pp. 78-94.

323. Promoting a European framework for corporate social responsibility. Green Paper., European Commission, Directorate-General for Employment and Social Affairs Unit EMPL / D.1, 2001.

324. Roy, B. The outranking approach and the foundation of ELECTRE methods / B. Roy // Theory and decision. – 1991. – Vol. 31. – P. 49-73.

325. Scherer, A. Toward a political conception of corporate responsibility: Business and society seen from a Habermasian perspective / A. Scherer, G. Palazzo // Academy of Management Review. – 2007. – №32 (4). – P. 1096-1120.

326. Schwab, K. Global Corporate Citizenship / K. Schwab // Foreign Affairs. – 2008. – №87 (1). – P. 107-118.

327. Schwartz, M.S. Corporate social responsibility: A three-domain approach / M.S. Schwartz, A.B. Carroll // Business Ethics Quarterly. – 2003. – №13 (4). – P. 503-530.

328. Sethi, S.P. Dimensions of corporate social performance: An analytic framework. / S.P. Sethi // California management Review. – 1975. – №17.

329. Sethi, S.P. Japanese Business and Social Conflict. A Comparative Analysis of Response Patterns with American Business / S.P. Sethi. – Cambridge (Mass.): Harvard University Press, 1975.

330. Slob, B. Is the Compact raising corporate responsibility standards? / B. Slob, G. Kell // Ethical corporation. – 2008. – May. – P. 44-47.

331. Spicer, A. Does National Context Matter in Ethical Decision Making? An Empirical test of Integrative Social Contracts Theory Spicer / A. Spicer, T. Dunfee, W. Bailey // Academy of Management Journal. – 2004.

332. The Economist 19.01.06, Supplement. A Survey of the Company, p. 9-12.

333. Ury, W. Getting to yes / R. Fisher, W. Ury, B. Patton. – S.I., 1991.

334. Velasquez, M. Debunking corporate moral responsibility // Business Ethics Quarterly. – 2003. – Vol. 13. – №4. – P. 531-562.

335. Vincke, Ph. Outranking approach / In: T. Gal, T. Stewart, T. Hanne (Eds.) Multicriteria Decision Making: Advances in MCDM models, algorithms, theory and applications, Kluwer. – Boston: Academic Publishers, 1999.

336. Waddock, S. Parallel universes: companies, academics, and the progress of corporate citizenship / S. Waddock // Business and Society Review. – 2004. – Vol. 109. – №1. – P. 5-42.

337. Walton, C.C. Corporate social responsibilities / C.C. Walton. – Belmont, CA: Wadsworth, 1967.

338. Watchman, P. Corporate Social Responsibility / P. Watchman, M. Forster // Freshfields Bruckhaus Deringer. – April 2004.

339. Welford, R. Corporate Social Responsibility in Europe, North America and Asia / R. Welford // Journal of Corporate Citizenship. – 2005. – №17. – P. 43.

340. Williams, C.A. Corporate Social Responsibility in a Comparative Perspective // The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility / A. Crane, et.al. – Oxford: Oxford University Press, 2008.

341. Wood, D.J. Corporate social performance revisited / D.J. Wood // Academy of Management Review. – 1991. – №16 (4). – P. 691-718.

342. Wood, D.J. Stakeholder Mismatching: A theoretical problem in empirical research on corporate social performance / D.J. Wood, R.E. Jones // The International Journal of Organizational Analysis. – 1995. – №3 (3). – P. 229-267.

343. Wood, D.J. Managing corporate social performance: a review / D.J. Wood // International Journal of Management Reviews. – 2010. – №12 (1). – P. 50-84.

344. Zadek, S. The path to corporate responsibility / S. Zadek // Harvard Business Review. – 2004. – №82 (12). – P. 125-132.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Перечень обследуемых предприятий

Таблица 1 – Предприятия сферы промышленности

№ п/п	Наименование и организационная форма предприятия	Численность работников, чел.	Контакты
1	Автоспецоборудование, ОАО	260	173003, Великий Новгород, ул. Б. С.-Петербургская, 43 тел. +7 (8162) 777-420 E-mail: tractormobile@mail.ru
2	АДЕПТ – Новгородский бекон, ЗАО	700	
3	Акрон, ОАО	5000	www.acron.ru
4	Алкон, ОАО	160	e-mail: dir@alkon.su, info@alkon.su.
5	Боровичи-Мебель, ЗАО	690	www.bormebel.com, bormebel@borovichi.ru 174400, Новгородская обл., г. Боровичи, ул. С. Перовской, д. 32.
6	Боровичский комбинат огнеупоров, ОАО	6000	info@borovichi-nov.ru Россия, 174411, Новгородская обл., г. Боровичи, ул. Международная, д. 1
7	Волховец, ЗАО	1100	http://www.volhovec.ru/
8	Гвардеец, ЗАО	300	173502, Новгородская область, Новгородский район, п/о Подберезье
9	ГриТай, ООО	60	92 – 29 - 99
10	Завод Агрокабель, ЗАО – ОАО «Севкабель Холдинг»	490	174350, Новгородская область, г. Окуловка, ул. Титова, 11 http://www.agrokabel.ru/ e-mail: cabel@novgorod.net
11	Завод «Комета», ОАО	260	www.kometa.natm.ru kometa@mail.natm.ru
12	КВАНТ, ФГУП ПО	710	E-mail: fsue@kvant.natm.ru
13	Корона, производственная компания	500	Email: gosudar@novgorod.net
14	КСМ, ООО	190	www.ksm.delpart.ru
15	Кулон, ООО	100	www.kulon.nov.ru E-mail: kylon@novgorod.net
16	МАДОК, ООО	430	www.leitinger.com
17	Металлопластмасс, ЗАО	30	http://www.gofro-karton.ru/
18	Мостоотряд №75	750	тел.: (8162) 73-22-43, 73-17-04
19	Мстатор, ОАО	25	174400 Новгородская область, г. Боровичи, ул. А. Невского, 10
20	Новавтопром, ООО	35	
21	Новгородская рыбная компания, ООО	150	
22	Новгородский металлургический комбинат, ЗАО	180	e-mail: office@vnmz.ru
23	Новгородский Пищекомбинат Облпотребсоюза	120	
24	Новгородский порт, ОАО	156	Великий Новгород, ул. Береговая, 15.
25	Новгородстальконструкция, ОАО	75	e-mail: nsk@mail.natm.ru, www.steelconstruction.ru.
26	Новокс, ООО	40	e-mail: novox@mail.natm.ru
27	Новтрак, ЗАО	240	www.sommer.ru
28	Окуловский завод Мебельной Фурнитуры, ЗАО	400	www.ozmf.ru

Продолжение таблицы 1

№ п/п	Наименование и организационная форма предприятия	Численность работников, чел.	Контакты
29	Печатный двор «Великий Новгород»	20	e-mail: kurenkov_pi@vnovgorod.net
30	Полимермаш, ОАО	32	174400, Новгородская область, г. Боровичи, ул. Окуловская, д. 12
31	Технокров, ООО	50	Россия, 173507, Новгородская область, Новгородский район, пос. Сырково
32	СКТБ РТ, ОАО	180	E-mail: sktb@mail.natm.ru Сайт: http://sktb-relay.ru
33	СТАРТ, НПП, ОАО	700	РФ, Великий Новгород, ул. Нехинская, 55
34	Стройснаб, ЗАО	180	Россия, 173008, Великий Новгород, ул. Рабочая, 39
35	Тимбер Продукт, ООО	5600	Новгородская обл., пос. Крестцы, ул. Валдайская, дом 80
36	ТРАНСКОМ, ООО НПФ	25	Великий Новгород, ул. Великая, территория заводов «Комета», «Спектр»
37	УФСИН по Новгородской области. ФГУ ИК-7	7000	Новгородская обл., Новгородский р-н, Панковка р/п, Индустриальная ул
38	Флайдерер, ООО	180	www.pfleiderer.ru
39	Фортуна, ООО	190	www.fortyna.ru
40	Чудовоагрохимсервис, ЗАО	200	www.chahs.ru
41	Элегия, ООО	820	
42	Эльбор, завод	40	174400, Новгородская обл., г. Боровичи, ул. Песочная, д.30,
43	ЮПМ – КЮММЕНЕ ПЕСТОВО, ООО	200	Новгородская область, г. Пестово, ул. Заводская, 13 www.upm-kymmene.com
44	Завод металлургических заготовок и металлоконструкций, ЗАО	300	195196, Россия, г. Санкт-Петербург (Ленинградская), ул. Таллинская, 7
45	Советская Звезда, ОАО	150	www.sovstar.ru
46	"Завод железобетонных изделий №1" ОАО	250	vzbi@mail.ru
47	"САНЛИТ-Т", литейно-механический завод, ООО	420	www.sanlit-t.ru
48	БАЛТСЕРВИС, ООО	130	Ленинградская обл., Гатчинский р-н, пос. Сиверский, ул. Заводская, 2Б
49	ВОЛХОВГИПС, ОАО	320	Ленинградская обл., г. Волхов, пр. Кировский, д. 30
50	ГАТЧИНСКИЙ КОМБИКОРМОВЫЙ ЗАВОД, ЗАО	430	www.gatchinsky-kkz.ru
51	ДИОНИС, ЗАО ФИРМА	750	Ленинградская обл., г. Волхов, пр. Волховский, 3А
52	ПОЛИНОМ, ЗАО	130	e-mail: pella@lost.ru
53	ООО "Нордкалк Алексеевка"	65	www.nordkalk.ru
54	Омега, завод, ООО	60	omega@vyborg.ru
55	ЗАО "ТРАФО"	230	trafo@vyborg.ru
56	Лужское УПП "Бриз", ООО	300	www.breeze-luga.ru
57	РОК-1, ОАО	1370	Ленинградская обл., г. Волхов, Мурманское ш., 6
58	ГАТЧИНСКИЙ ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКИЙ ЗАВОД	770	Ленинградская обл., г. Гатчина, ул. Матвеева, д. 48
59	ОАО «Тверской вагоностроительный завод»	6500	170003, Тверская обл., г. Тверь, Петербургское шоссе, 45-б
60	ОАО «Торжокский вагоностроительный завод»	840	172008, Тверская обл., г. Торжок, ул. Энгельса, 5

Продолжение таблицы 1

№ п/п	Наименование и организационная форма предприятия	Численность работников, чел.	Контакты
61	Завод «Центросвармаш»	1220	170039, г. Тверь, Ул. Паши Савельевой, д. 47
62	ОАО «Бежецкий завод «Автоспецоборудование»	954	171980, Тверская область, Бежецк, ул. Краснослободская, 1 http://www.asobezh.ru
63	ОАО "Ржевский краностроительный завод"	1100	172386, Россия, Тверская обл., г. Ржев, ул. Краностроителей, 32
64	ЗАО «Зубцовский машиностроительный завод»	500	172330, Тверская область, г. Зубцов, ул. Московская гора, д.20
65	ЗАО «Нелидовский завод гидропрессов»	800	172500, Тверская обл., г. Нелидово, ул. Машиностроителей, 13
66	ОАО «Тверской экскаватор»	1181	170000, г. Тверь, ул. Индустриальная, 11
67	ОАО «Савеловский машиностроительный завод»	236	171510, Россия, Тверская область, город Кимры, улица 50 лет ВЛКСМ, корпус 101
68	ОАО «Тверской полиэфир»	916	170100, Тверская обл., г. Тверь, пл. Гагарина, 1
69	ОАО "Тверьстеклопластик"	458	170039, Тверская обл., г. Тверь, ул. П. Савельевой, 45
70	ОАО «Нелидовский Завод Пластический Масс»	310	172500, Тверская обл., г. Нелидово, пос. шахты №6
71	ОАО «Нелидовский Деревообрабатывающий Комбинат»	840	172523, Тверская обл., г. Нелидово, ул. Заводская, 7
72	ОАО «Вышневолоцкий МДОК»	711	Тверская область, город Вышний Волочек, улица Лесозаводская, 3
73	ОАО "Деревообработчик"	600	172610, ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г ЗАПАДНАЯ ДВИНА, УЛ КАЛИНИНА Д 13
74	ЗАО "Псковэлектросвар"	600	Россия, Псковская обл., г. Псков, ул. Новаторов, д. 3
75	ООО «Завод ЖБИ-2»	450	Псковская обл., г. Великие Луки, ул. Первомайская, 18
76	ООО «Евро-Керамика»	50	Псковская обл., г. Печоры., ул. Заводская , 1
77	ООО «Силовые машины – завод Реостат»	100	Псковская обл., г. Великие Луки, ул. 3-ей Ударной Армии, 65
78	ЗАО «Завод электротехнического оборудования»	2500	Псковская обл., г. Великие Луки, пр. Октябрьский д.79
79	ОАО «Псковский кабельный завод»	700	Россия, 180680, г. Псков, ул. Алмазная, 3
80	ОАО «Псковский электротехнический завод»	370	г. Псков, ул. Солнечная, д. 14
81	ОАО «Псковский завод механических приводов»	350	г. Псков, ул. Индустриальная, 9/1
82	ОАО «Великолукский Опытный Машиностроительный Завод»	600	Россия, Псковская обл., г. Великие Луки, ул. Гоголя, д. 1
83	ОАО «Воронежский экскаватор» («ВЭКС»)	2000	www.veks.ru
84	ФГУП «Воронежский механический завод»	750	Воронежская обл., г. Воронеж, ул. Ворошилова, 22
85	ОАО «Воронежский алюминиевый завод»	580	www.valz.ru
86	ОАО «Минудобрения»(г. Россошь)	2000	Воронежская область, г. Россошь, ул. Химзаводская, 2
87	ОАО «Воронежсинтезкаучук»	3200	www.sibur.ru/vsk

Продолжение таблицы 1

№ п/п	Наименование и организационная форма предприятия	Численность работников, чел.	Контакты
88	ОАО «Концерн «Созвездие»	2900	Воронежская обл., г. Воронеж, ул. Плехановская, 14
89	ООО «Технопроект Синтез»	680	Воронежская обл., г. Воронеж, Ленинский пр., 15
90	ОАО «Конструкторское бюро химавтоматики»	880	http://www.kbkha.ru/
91	ЗАО «ВоронежСтальМост»	1000	http://www.stalmost.ru/
92	ФГУП «Воронежский механический завод»	500	Воронежская обл., г. Воронеж, ул. Ворошилова, 22
93	ЗАО «Воронеж-ПЛАСТ»	350	http://воронежпласт.рф/
94	Булат, ООО	120	Россия, г. Бор (Нижегородская), пер. Полевой д. 10
95	Грандметалл, ООО	350	www.grandmetal.icnn.ru
96	Старлет, ООО	80	www.vkusleta.ru
97	Сладкие Грезы, ООО	60	www.sladosti-nn.ru
98	Роскомстрой, ООО	300	www.rks-zpki.ru
99	Химрегион, ООО ПКФ	520	Россия, г.г. Дзержинск (Нижегородская), Суворова 43, оф. 14
100	Гарант-НН, ООО	170	Россия, г. Воротынец (Нижегородская), ул. Пролетарская, 33
101	ЛитПромГарант, ООО	80	www.lpgnn.ru
102	ОАО «Архангельский ЦБК»	4700	Россия, Архангельская область, г. Новодвинск ул. Мельникова, д. 1
103	ОАО «Соломбальский ЦБК»	970	Россия, Архангельская обл., г. Архангельск, ул. Кировская, 4
104	ОАО «Соломбальский машиностроительный завод»	300	www.smz.ru
105	ОАО «Севералмаз»	560	www.severalmaz.ru
106	ОАО Смоленский завод радиодеталей	1000	www.tumblers.ru
107	ООО Аркада-Инжиниринг	500	www.arkada-rus.com
108	ООО Веском	600	www.vescompany.ru
109	ООО РеалТек ПК	250	Россия, г. Смоленск (Смоленская), ул. Воробьева, 17, оф. 255
110	ООО Электротехника	300	Россия, г. Смоленск (Смоленская), пр. Гагарина 10/2
111	ООО РТИ-Импекс	180	Россия, г. Смоленск (Смоленская), ул. Смольянинова, 15-324
112	ОАО "Теплоконтроль"	260	Россия, Смоленская обл., г. Сафоново, ул. Ленинградская, д. 18
113	ОАО "Дорогобуж"	3000	Россия, Смоленская обл., Дорогобужский р-он, пос. Верхнеднепровский
114	ОАО "Рославльский вагоноремонтный завод"	1500	Россия, Смоленская обл., г. Рославль, ул. Энгельса, д. 20
115	ФГУП СПО "Аналитприбор"	6000	Россия, Смоленская обл., г. Смоленск, ул. Бабушкина, 3

Таблица 2 – Предприятия сферы услуг

№ п/п	Наименование и организационная форма предприятия	Численность работников, чел.	Контакты
1	Банно-прачечное предприятие, МУ	60	
2	Боровичи, ассоциация товаропроизводителей	35	Новгородская область, г. Боровичи, ул. Подбельского, 47
3	Декор, ПК	20	173001, Великий Новгород, ул. Софийская набережная, 2
4	КЕЙ, компьютер-центр	70	e-mail: corp_nov@key.ru
5	Клевое место, база отдыха	12	175400, Россия, г. Валдай Новгородской област
6	КОМ, ООО	18	
7	КРЕДО, Кредитный потребительский кооператив	20	novsfinx@novgorod.net
8	Мастерстрой, ООО	45	Великий Новгород ул. Славная, д.47/25
9	Медицинский центр «Акрон», ООО	60	г. Великий Новгород, ул. Менделеева, 3-а
10	Наполи, ресторан	16	ул. Студенческая, 21/43, Великий Новгород
11	Новгородский порт, ОАО	45	Великий Новгород, ул. Береговая, 15
12	Новгородское протезно-ортопедическое предприятие Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации, ФГУП	20	
13	Новтрудоконсультация, ООО	14	www.novtrud-ot.ru
14	Облпотребсоюз, Новгородское областное потребительское общество	6500	Великий Новгород, ул. Великая, 10
15	Печатный двор «Великий Новгород»	60	Великий Новгород, пр. Карла Маркса, 4
16	Позитив, ООО	20	www.pozicard.ru
17	Результат, Новгородский ресурсный центр	30	Россия, Великий Новгород, ул. Михайлова, д.20
18	РОСГОССТРАХ	97000	Великий Новгород, ул. Рогатица, 34
19	Русская недвижимость. Агентство № 1, ООО	70	www.an1.nov.ru
20	Северо-Западный ТЕЛЕКОМ, Новгородский филиал ОАО	1500	www.novgorod.nwtelecom.ru
21	Столовая «Великая»	12	velikaya-stolovavaya@mail.ru
22	Стройснаб, ЗАО	180	www.zaostroynab.narod.ru
23	Технологии мониторинга, ООО	25	www.tm-n.ru 173018, Россия, г. Великий Новгород, пр. А. Корсунова, д. 52, 2
24	ТРАНСКОМ, ООО НПФ	40	Великий Новгород, ул. Великая
25	УРАЛСИБ БАНК, ОАО	80	E-mail: mail@uralsibbank.natm.ru
26	Частный капитал, КПК	16	
27	"РЕМБЫТТЕХНИКА" ООО	48	www.rembyttechnika.narod.ru
28	"Компания Чистый дом" ООО	30	чистыйдом45.рф
29	"Монтаж-Про" ОАО	62	
30	"Модное окно" ООО	36	
31	"ИнТехСтрой" ООО	60	
32	"Отражение" ООО	50	

Продолжение таблицы 2

№ п/п	Наименование и организационная форма предприятия	Численность работников, чел.	Контакты
33	"ПРИБОР" ООО	160	www.ooo-pribor.ru
34	ОАО "ЭЛЕКТРОНСТАНДАРТ"	120	www.electronstandart-pribor.com
35	"Выборг-ландшафт" ООО	60	
36	"Ромада +" ООО	52	
37	"Автосервис Выборг Автопрофи" ИЧП	18	188800, Ленинградская область, Выборг, Онежская, дом 7
38	"АССЛЕН" ООО	15	187110, Ленинградская область, Кириши, пр. Ленина, дом 26, корп. а, оф. 44
39	Трубочисты Петербурга, ООО	45	www.trybochist.ru
40	ТрансПро, ООО	30	www.transpro-clean.ru
41	Интерсолушен, ООО	10	www.intersolution.ru
42	Альтернатива Премиум, ООО	30	www.altpremium.ru
43	Аналитика, Юридическая фирма	16	www.jufa.ru
44	Бинар-Дизайн, ООО	500	Россия, г.Санкт-Петербург (Ленинградская), ул. Кирочная 17, оф.50
45	Питер-Консалт	22	www.piter-consult.ru
46	Halminghead, ООО	62	Россия, г.Санкт-Петербург (Ленинградская), ул. Жака Дюкло, 6/1
47	Ниазида, ООО	30	www.seo.niazida.ru
48	Fashioner, ООО	25	Россия, г.Санкт-Петербург (Ленинградская), ул. Гражданская, 9
49	КолМиФри Групп, ООО	52	Россия, г.Санкт-Петербург (Ленинградская), пр. Королева, д.36, лит А. пом.17Н
50	Совет СПб, ООО	30	Россия, г.Санкт-Петербург (Ленинградская), ул. Малая Морская, д.11, оф. 36
51	Бюро КБ,ООО	30	www.bureaukb.ru
52	Приматест, СЦ	35	www.primatest.ru
53	Уралтест, Центр Сертификации	150	Россия, г.Санкт-Петербург (Ленинградская), ул. 2-я Советская, 7, оф. 111
54	Гарант-Сервис, ООО	100	www.garant-vm.ru
55	Эксперт Сервис Плюс	58	Россия, г.Воронеж (Воронежская), ул. Революции 1905 года, д.82н (офисный центр ГЕРМЕС)
56	Инвест-групп, ООО	60	г. Оренбург, ул. Салмышская, д. 74
57	Битроника, ООО	45	www.bitronica.com
58	ПланАрт,ООО	20	Россия, г.Воронеж (Воронежская), ул. Свободы, 69а, БЦ "Капитал", офис 502
59	Ремешок, ООО	15	www.remeshok66.ru
60	А-студия	30	Россия, г.Воронеж (Воронежская), ул.Комиссаржевская, 7
61	Спектр-Нефтегаз ПО, ЗАО	75	www.po-sng.ru
62	ТЕРЬЕР	35	www.terrier-vm.ru
63	Прочистка-НН, ООО	35	www.prochistkann.ru
64	ПАИП, ООО	40	Россия, г.Нижний Новгород (Нижегородская), ул. Глеба Успенского, д. 7
65	Про медиа Агентство, ООО	60	www.promediagroup.ru
66	Промимпэкс, ООО	70	www.prom-impex.ru

Продолжение таблицы 2

№ п/п	Наименование и организационная форма предприятия	Численность работников, чел.	Контакты
67	Росоценка, ООО	60	Россия, г.Нижний Новгород (Нижегородская), бул. Мира, 12
68	RussianCargo, ООО	45	www.russian-cargo.ru
69	Транссервис-НН, ООО	38	Россия, г.Нижний Новгород (Нижегородская), ул. Пискунова, д. 41
70	ООО "Маркиза"	8	
71	ПТК ЛогРус	25	Россия, г.Архангельск E-mail: arhlogrus@yandex.ru
72	ООО Бюро Оценки	30	Россия, г.Архангельск (Архангельская), пр. Троицкий, 106, оф. 36
73	Автоматика-Север, монтажное предприятие	32	Архангельская область, г. Архангельск, Обводный канал проспект, 94 - 2 этаж
74	Алмаз, частное охранное предприятие	16	Архангельская область, г. Архангельск, Банный 1-й пер, 2 к1
75	Архангельское предприятие пассажирских перевозок	60	Архангельская область, г. Архангельск, Урицкого, 47 к1 - 45, 46 офис
76	ООО Гарант-Сервис-Смоленск	35	www.garant-smolensk.ru
77	ООО Доверительное управление	70	www.npdu.keytown.com
78	ООО "ГосСтандартОценка"	65	Смоленская область, Смоленск, Исаковского, дом 4, оф. 204
79	ИП "Юридический кабинет"	18	Смоленская область, Смоленск, Крупской, дом 34, оф. 5
80	ООО "ЭРУДИТ-КОНСАЛТ "	26	Смоленская область, Смоленск, Исаковского, дом 22
82	ООО "Арион"	33	Смоленская область, Смоленск, Воробьева, дом 17, оф. 1-й этаж
83	ООО "ТЕХНОСАТ-СЕРВИС"	14	Россия, г. Смоленск, ул. Раевского, 2-а
84	ООО "ЭЛЕКС - С"	20	Смоленская Обл., Г Вязьма, Ул Восстания Д 4 Кв 66
85	ООО "ТЕЛЕРАДИОТЕХНИКА"	10	214013 , Г Смоленск, Ул Воробьева Д 13

АНАЛИТИЧЕСКАЯ АНКЕТА**«Взаимодействие властных и предпринимательских структур»**

Уважаемый участник опроса! Просим Вас ответить на ряд вопросов, касающихся взаимодействия властных и предпринимательских структур в российской экономике. Свой выбор отметьте любым знаком в соответствующей графе. Внимание! Анонимность Ваших ответов гарантируется.

1. Организационно-правовая форма и местонахождение организации (город, район)

2. Каким видом коммерческой деятельности занимается Ваша организация?

- ☐ Промышленное производство
- ☐ Строительство
- ☐ Банковско-кредитная деятельность
- ☐ Производство товаров народного потребления
- ☐ Добыча природных ресурсов
- ☐ Торгово-закупочная деятельность
- ☐ Оказание услуг
- ☐ Другое (укажите) _____

3. Численность сотрудников на Вашем предприятии?

- ☐ Менее 50 человек
- ☐ От 50 до 100 человек
- ☐ От 100 до 500 человек
- ☐ Свыше 500 человек

4. Как в Вашей компании выстраиваются взаимоотношения с представителями власти?

- ☐ Представители компании участвуют в заседаниях комитетов областной (городской) Думы, на конференциях, где выступают чиновники, с целью установить контакт
 - ☐ Сотрудники компании общаются с чиновниками по определенным проектам/направлениям
 - ☐ Компания делегирует ведение переговоров с чиновниками специальным агентствам, союзам и ассоциациям
 - ☐ Компания приглашает чиновников на руководящие посты
 - ☐ Компания выдвигает предложения по внесению изменений в законодательство через общественные и отраслевые организации и союзы
 - ☐ Такая работа в компании не ведется
 - ☐ Другое (укажите) _____
-

5. Что является наиболее эффективным во взаимоотношениях с представителями власти?

- ☐ Доведение своих предложений до нужного чиновника «официальным» путем через все инстанции
- ☐ Посредничество чиновников более низких должностей для выхода на нужное официальное лицо
- ☐ Личное знакомство с нужными представителями власти
- ☐ Материальная заинтересованность чиновников
- ☐ Знание интересов/увлечений/общих знакомых нужного чиновника
- ☐ Другое (укажите) _____

6. Взаимоотношения с какими органами власти наиболее важны для Вашей компании?

- ☐ Федеральные органы
- ☐ Региональные органы
- ☐ Органы местного самоуправления
- ☐ Силловые и специальные службы
- ☐ Другое (укажите) _____

7. Как добиться гарантии того, что договоренности власти и бизнеса будут исполнены?

- ☐ Заниматься благотворительностью и уделять внимание вопросам социальной ответственности бизнеса
- ☐ Заниматься общественной работой в государственных учреждениях
- ☐ Иметь статус депутата
- ☐ Материально заинтересовать вовлеченных в процесс чиновников
- ☐ Гарантий нет
- ☐ Другое (укажите) _____

8. Как можно наладить прямой диалог власти и бизнеса?

- ☐ Договориться о встрече, позвонив в приемную
- ☐ Получить разрешение на присутствие на слушании заседания Думы
- ☐ На заседаниях общественных организаций (Российский Союз промышленников и предпринимателей, Ассоциация менеджеров России и др.)
- ☐ На конференциях и пресс-конференциях
- ☐ В неформальной обстановке
- ☐ Другое (укажите) _____

9. Какие социальные программы осуществляла Ваша организация за период 2007 – 2012 гг.?

10. Занимается ли Ваше предприятие благотворительностью? Если да, то в какой форме?

11. Оказывалась ли поддержка предприятию со стороны государства в период 2007-2012 гг.?

12. Власти какого уровня (федеральные, региональные, местные) преимущественно оказывали поддержку предприятию?

13. Назовите основные инструменты государственной поддержки. Какие среди них были для Вас наиболее значимыми?

14. Назовите формы государственной поддержки, которые Вы бы хотели видеть в будущем?

15. Оцените эффективность финансовой государственной поддержки (высокая, средняя, низкая) (нужный ответ подчеркните)

16. Оцените эффективность организационной государственной поддержки (высокая, средняя, низкая) (нужный ответ подчеркните)

17. Участвует ли ваша компания в социально-экономическом развитии территории присутствия? Если да, то в каком объеме?

- ☐ не участвует
- ☐ участвует, расходуя ежегодно до 5% прибыли
- ☐ участвует, расходуя ежегодно от 5% до 10% прибыли
- ☐ участвует, расходуя ежегодно свыше 10% прибыли

18. Назовите основные причины участия Вашей компании в социально-экономическом развитии территорий

19. Какие преимущества, по Вашему мнению, получает бизнес при соблюдении принципов социального партнерства?

- ☐ Рост профессионализма и удержание «кадрового потенциала» компании
- ☐ Рост доверия населения к деятельности компании, ее товарам и услугам
- ☐ Рост заинтересованности персонала в прибыли компании
- ☐ Укрепление внутрикорпоративных связей
- ☐ Рост общественного статуса сотрудников бизнес - компаний
- ☐ Донесение деловой и общественной репутации компании до населения, клиентов, партнеров
- ☐ Формирование безопасной и прогнозируемой среды для деятельности и развития компании
- ☐ Выстраивание партнерских отношений с органами власти
- ☐ Соответствие нормам и стандартам мирового сообщества
- ☐ Другое (укажите) _____

20. Что, с Вашей точки зрения, ограничивает развитие социальной ответственности бизнеса в регионе?

- ☐ Нежелание некоторых руководителей бизнеса соблюдать принципы социальной ответственности, участвовать в формировании позитивного имиджа бизнеса
- ☐ Отсутствие системы привлечения инвесторов для социальных и культурных проектов
- ☐ Отсутствие системы учета и привлечения инвестиций бизнеса в социальные программы региона
- ☐ Отсутствие местных законов о социальном партнерстве и благотворительности
- ☐ Отсутствие системы поощрения социально ответственного бизнеса
- ☐ Отсутствие системы оценки обществом результатов социальных и благотворительных программ бизнеса
- ☐ Существенные ограничения размеров возможной помощи нуждающимся, детям через родителей и пр. (согласно «Налогового кодекса РФ», Закона «О благотворительной деятельности»)
- ☐ Существенные ограничения возможности информирования населения о социальных и благотворительных проектах, о соинвесторах социальных программ и пр. (согласно законам РФ «О СМИ», «О рекламе»)
- ☐ Огромное число просьб и обращений о помощи при ограниченности ресурсов
- ☐ Другое (укажите) _____

СПАСИБО! Анонимность Ваших ответов гарантируется.

Таблица 1 – Структура господдержки бизнес-структур сферы услуг различных размеров в 2007 г., в % от числа поддержанных

Уровень поддержки	Среднесписочная численность работников			
	до 50 чел.	51-100 чел.	101-200 чел.	более 200 чел.
Федеральный	0,0	0,0	33,3	83,3
Региональный	4,2	16,7	58,3	29,2
Муниципальный	22,7	45,5	27,3	4,5
Всего	11,5	26,9	42,3	25,0

Таблица 2 – Структура государственной поддержки компаний сферы услуг различных размеров в 2007 г., в % от числа поддержанных

Уровень поддержки	Среднесписочная численность работников			
	до 50 чел.	51-100 чел.	101-200 чел.	более 200 чел.
Федеральный	0,0	0,0	0,0	0,0
Региональный	20,0	40,0	80,0	20,0
Муниципальный	10,0	40,0	60,0	10,0
Всего	12,5	37,5	62,5	12,5

Таблица 3 – Сводная таблица социальных расходов бизнеса и полученной им господдержки в 2007 гг.

	Обследовано предприятий		Господдержка была оказана		Господдержка не была оказана	
	Количество	%	Количество	%	Количество	%
Не оказывали помощь властям	97	48,5	11	11,3	86	88,7
Оказывали в размере до 1% прибыли	41	20,5	17	41,5	24	58,5
Оказывали в размере от 1 до 5% прибыли	37	18,5	23	62,2	14	37,8
Оказывали в размере больше 5% прибыли	25	12,5	24	96,0	1	4,0
Всего	200	100,0	75	37,5	125	62,5



Рисунок 1 – Структура предприятий по факту осуществления социальных расходов в 2007 г., %

Таблица 1 – Исходные данные для корреляционно-регрессионного анализа

№ п/п	Наименование	Средняя величина соц. инвестиций предприятия за 2007-2012 гг., млн. руб.	Получение бизнесом государственной поддержки в 2007-2012 гг., оценка в баллах от 0 до 5
1	Группа компаний "Автомир"	3	1,7
2	ОАО "Акрон"	12	2,0
3	Крафт Фудс Рус	13	2,7
4	ОАО "Евразийский"	13	2,7
5	ОАО "АТОМРЕДМЕТЗОЛОТО"	14	3,0
6	ОАО "МРСК Сибири"	31	2,7
7	ОАО "Сибур-Холдинг"	31	2,0
8	ЗАО «ФИА-БАНК»	32	2,7
9	ОАО "ИНТЕР РАО ЕЭС"	34	3,7
10	ОАО "Холдинг МРСК"	44	3,7
11	ФК "УРАЛСИБ"	47	2,7
12	Магнит	55	1,7
13	ООО «Нестле Россия»	57	3,0
14	ОАО "МегаФон"	62	3,0
15	ОАО "Мобильные ТелеСистемы" (МТС)	62	3,7
16	ОАО «РусГидро»	70	2,7
17	Компании «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия»	79	3,7
18	ОАО «Ростелеком»	81	3,3
19	ГУП "Водоканал Санкт-Петербург"	97	2,7
20	ОАО "ФСК ЕЭС"	140	3,3
21	ОАО «Сбербанк России»	156	3,0
22	Объединение «Желдортранс»	193	3,3
23	ОАО «Аэрофлот–Российские авиалинии»	198	2,7
24	ОАО «СУЭК»	201	2,7
25	ОАО "МХК "ЕвроХим"	215	4,0
26	Группа Ferrero	215	3,7
27	АФК «Система»	283	3,7
28	ОАО «НК «РОСНЕФТЬ»	287	3,7
29	ОАО «Концерн Росэнергоатом»	294	3,7
30	ОАО Нижнекамнефтехим	390	3,7
31	ОАО «Техснабэкспорт»	443	3,3
32	ОАО "Уралкалий"	494	4,0
33	ОАО «Сургутнефтегаз»	807	4,0
34	ОАО Новолипецкий металлургический комбинат	836	4,3
35	ОАО «Газпром»	1043	4,3
36	ТНК-ВР	1085	4,7
37	ОАО АНК «Башнефть»	1230	4,7
38	ОАО «НК «Лукойл»	1645	4,7
39	ОАО «Татнефть»	2558	4,7
40	ГМК «Норильский никель»	3411	4,9

Таблица 2 – Вспомогательная расчетная таблица

№ п/п	Средняя величина соц. инвестиций предприятия, млн. руб. (X)	lnX	Получение бизнесом государственной поддержки, балл (Y _{факт})	(lnX) ²	Y*lnX
1	3	0,968	1,7	0,94	1,61
2	12	2,510	2,0	6,30	5,02
3	13	2,555	2,7	6,53	6,81
4	13	2,590	2,7	6,71	6,91
5	14	2,651	3,0	7,03	7,95
6	31	3,423	2,7	11,72	9,13
7	31	3,423	2,0	11,72	6,85
8	32	3,466	2,7	12,01	9,24
9	34	3,536	3,7	12,50	12,97
10	44	3,780	3,7	14,29	13,86
11	47	3,843	2,7	14,77	10,25
12	55	4,008	1,7	16,06	6,68
13	57	4,037	3,0	16,30	12,11
14	62	4,122	3,0	16,99	12,37
15	62	4,122	3,7	16,99	15,11
16	70	4,248	2,7	18,05	11,33
17	79	4,374	3,7	19,13	16,04
18	81	4,399	3,3	19,35	14,66
19	97	4,572	2,7	20,91	12,19
20	140	4,943	3,3	24,43	16,48
21	156	5,050	3,0	25,50	15,15
22	193	5,261	3,3	27,68	17,54
23	198	5,288	2,7	27,97	14,10
24	201	5,302	2,7	28,11	14,14
25	215	5,371	4,0	28,84	21,48
26	215	5,371	3,7	28,84	19,69
27	283	5,644	3,7	31,86	20,70
28	287	5,661	3,7	32,04	20,76
29	294	5,685	3,7	32,32	20,84
30	390	5,966	3,7	35,59	21,88
31	443	6,093	3,3	37,12	20,31
32	494	6,203	4,0	38,48	24,81
33	807	6,694	4,0	44,81	26,77
34	836	6,729	4,3	45,27	29,16
35	1043	6,950	4,3	48,30	30,11
36	1085	6,989	4,7	48,85	32,62
37	1230	7,114	4,7	50,62	33,20
38	1645	7,405	4,7	54,84	34,56
39	2558	7,847	4,7	61,58	36,62
40	3411	8,135	4,9	66,17	39,86
Итого	16959	196,33	133,9	1067,50	701,86
Средняя	424	4,91	3,35		
Среднее квадратическое отклонение, σ	715,5	1,632	0,839	-	-
Дисперсия, D	511893,6	2,664	0,704	-	-

Таблица 1 – Матрица несоответствия второго уровня (эксперты – представители органов власти и управления)

A_i	A_j											
	a_1	a_2	a_3	a_4	a_5	a_6	a_7	a_8	a_9	a_{10}	a_{11}	a_{12}
a_1	x	0,333	0,083	0,333	0,083	0,083	0,333	0,167	0,167	0,167	0,167	0,250
a_2	0,083	x	0,000	0,167	0,000	0,000	0,417	0,083	0,500	0,250	0,167	0,333
a_3	0,333	0,500	x	0,167	0,167	0,167	0,333	0,167	0,167	0,333	0,167	0,333
a_4	0,333	0,583	0,333	x	0,167	0,250	0,417	0,083	0,250	0,250	0,250	0,417
a_5	0,417	0,417	0,250	0,167	x	0,333	0,333	0,167	0,417	0,417	0,333	0,333
a_6	0,000	0,000	0,167	0,250	0,250	x	0,500	0,083	0,333	0,167	0,250	0,417
a_7	0,083	0,250	0,083	0,083	0,000	0,167	x	0,000	0,083	0,333	0,167	0,167
a_8	0,333	0,500	0,333	0,167	0,000	0,000	0,333	x	0,417	0,333	0,250	0,417
a_9	0,167	0,500	0,167	0,167	0,250	0,250	0,417	0,167	x	0,167	0,250	0,250
a_{10}	0,250	0,500	0,250	0,167	0,167	0,083	0,417	0,167	0,167	x	0,167	0,333
a_{11}	0,250	0,500	0,333	0,167	0,167	0,167	0,333	0,000	0,333	0,083	x	0,333
a_{12}	0,167	0,333	0,000	0,000	0,000	0,167	0,250	0,083	0,167	0,167	0,083	x

Таблица 2 – Матрица несоответствия третьего уровня (эксперты – представители органов власти и управления)

A_i	A_j											
	a_1	a_2	a_3	a_4	a_5	a_6	a_7	a_8	a_9	a_{10}	a_{11}	a_{12}
a_1	x	0,250	0,083	0,083	0,000	0,083	0,333	0,167	0,083	0,000	0,083	0,167
a_2	0,000	x	0,000	0,083	0,000	0,000	0,083	0,000	0,083	0,083	0,167	0,250
a_3	0,167	0,250	x	0,083	0,000	0,083	0,250	0,083	0,083	0,000	0,167	0,250
a_4	0,333	0,500	0,167	x	0,167	0,167	0,333	0,083	0,250	0,167	0,083	0,167
a_5	0,167	0,333	0,250	0,167	x	0,25	0,333	0,167	0,250	0,417	0,250	0,333
a_6	0,000	0,000	0,167	0,083	0,083	x	0,417	0,083	0,167	0,083	0,167	0,333
a_7	0,083	0,250	0,000	0,000	0,000	0,167	x	0,000	0,083	0,083	0,000	0,167
a_8	0,333	0,500	0,250	0,083	0,000	0,000	0,250	x	0,167	0,333	0,167	0,250
a_9	0,167	0,417	0,167	0,083	0,167	0,167	0,333	0,083	x	0,167	0,083	0,250
a_{10}	0,167	0,417	0,250	0,083	0,167	0,083	0,417	0,000	0,083	x	0,083	0,333
a_{11}	0,250	0,417	0,250	0,000	0,083	0,167	0,250	0,000	0,167	0,083	x	0,333
a_{12}	0,167	0,167	0,000	0,000	0,000	0,000	0,083	0,000	0,000	0,083	0,083	x

Таблица 3 – Матрица несоответствия второго уровня (эксперты – руководители бизнес-структур)

A_i	A_j											
	a_1	a_2	a_3	a_4	a_5	a_6	a_7	a_8	a_9	a_{10}	a_{11}	a_{12}
a_1	x	0,250	0,083	0,333	0,167	0,167	0,083	0,500	0,083	0,000	0,250	0,250
a_2	0,250	x	0,083	0,333	0,250	0,417	0,083	0,250	0,333	0,167	0,333	0,500
a_3	0,500	0,333	x	0,417	0,333	0,500	0,250	0,417	0,333	0,167	0,333	0,583
a_4	0,250	0,083	0,167	x	0,083	0,083	0,083	0,167	0,083	0,083	0,083	0,250
a_5	0,500	0,250	0,167	0,500	x	0,417	0,167	0,417	0,417	0,250	0,417	0,583
a_6	0,333	0,500	0,250	0,500	0,333	x	0,250	0,333	0,333	0,333	0,583	0,417
a_7	0,417	0,250	0,167	0,500	0,333	0,417	x	0,417	0,250	0,250	0,500	0,500
a_8	0,417	0,333	0,083	0,417	0,167	0,250	0,250	x	0,333	0,250	0,333	0,500
a_9	0,417	0,250	0,250	0,500	0,500	0,500	0,250	0,417	x	0,333	0,333	0,417
a_{10}	0,500	0,333	0,167	0,500	0,417	0,417	0,250	0,583	0,333	x	0,417	0,583
a_{11}	0,500	0,250	0,333	0,417	0,333	0,417	0,333	0,333	0,250	0,333	x	0,500
a_{12}	0,167	0,250	0,250	0,417	0,250	0,167	0,083	0,500	0,167	0,083	0,333	x

Таблица 4 – Матрица несоответствия третьего уровня (эксперты – руководители бизнес-структур)

A_i	A_j											
	a_1	a_2	a_3	a_4	a_5	a_6	a_7	a_8	a_9	a_{10}	a_{11}	a_{12}
a_1	x	0,167	0,083	0,167	0,083	0,167	0,000	0,167	0,083	0,000	0,250	0,083
a_2	0,250	x	0,083	0,333	0,083	0,333	0,083	0,250	0,083	0,083	0,167	0,333
a_3	0,417	0,167	x	0,417	0,250	0,333	0,083	0,333	0,333	0,083	0,333	0,500
a_4	0,167	0,000	0,000	x	0,083	0,083	0,000	0,167	0,000	0,000	0,083	0,167
a_5	0,417	0,167	0,083	0,500	x	0,333	0,167	0,167	0,333	0,167	0,333	0,417
a_6	0,333	0,167	0,167	0,417	0,167	x	0,167	0,167	0,250	0,167	0,417	0,417
a_7	0,417	0,167	0,167	0,417	0,333	0,333	x	0,417	0,083	0,250	0,333	0,417
a_8	0,417	0,167	0,083	0,417	0,083	0,250	0,083	x	0,250	0,167	0,250	0,417
a_9	0,417	0,250	0,250	0,333	0,417	0,333	0,083	0,417	x	0,250	0,333	0,417
a_{10}	0,417	0,333	0,167	0,500	0,333	0,417	0,167	0,500	0,250	x	0,417	0,500
a_{11}	0,417	0,167	0,083	0,333	0,250	0,250	0,250	0,250	0,083	0,250	x	0,500
a_{12}	0,167	0,250	0,083	0,167	0,250	0,167	0,083	0,167	0,083	0,000	0,250	x

Таблица 5 – Матрица несоответствия второго уровня (эксперты – представители НКО)

A_i	A_j											
	a_1	a_2	a_3	a_4	a_5	a_6	a_7	a_8	a_9	a_{10}	a_{11}	a_{12}
a_1	x	0,167	0,167	0,083	0,333	0,250	0,167	0,417	0,333	0,333	0,083	0,500
a_2	0,417	x	0,167	0,167	0,417	0,417	0,083	0,333	0,500	0,333	0,167	0,583
a_3	0,417	0,333	x	0,167	0,417	0,333	0,333	0,583	0,583	0,500	0,167	0,500
a_4	0,333	0,250	0,083	x	0,333	0,250	0,333	0,417	0,583	0,417	0,250	0,583
a_5	0,167	0,250	0,250	0,167	x	0,167	0,083	0,417	0,333	0,250	0,250	0,583
a_6	0,500	0,333	0,167	0,250	0,417	x	0,333	0,417	0,667	0,333	0,333	0,667
a_7	0,500	0,250	0,333	0,250	0,250	0,333	x	0,250	0,417	0,417	0,417	0,583
a_8	0,333	0,167	0,167	0,167	0,333	0,167	0,083	x	0,417	0,333	0,083	0,500
a_9	0,167	0,083	0,000	0,000	0,000	0,000	0,167	0,417	x	0,083	0,083	0,250
a_{10}	0,167	0,167	0,083	0,000	0,250	0,083	0,250	0,417	0,333	x	0,167	0,250
a_{11}	0,417	0,333	0,083	0,167	0,333	0,333	0,417	0,333	0,417	0,417	x	0,500
a_{12}	0,167	0,000	0,000	0,083	0,000	0,000	0,000	0,333	0,083	0,083	0,000	x

Таблица 6 – Матрица несоответствия третьего уровня (эксперты – представители НКО)

A_i	A_j											
	a_1	a_2	a_3	a_4	a_5	a_6	a_7	a_8	a_9	a_{10}	a_{11}	a_{12}
a_1	x	0,083	0,000	0,083	0,250	0,083	0,167	0,250	0,333	0,167	0,083	0,417
a_2	0,333	x	0,083	0,167	0,250	0,167	0,083	0,333	0,417	0,333	0,167	0,417
a_3	0,333	0,250	x	0,167	0,417	0,333	0,333	0,500	0,500	0,417	0,167	0,500
a_4	0,167	0,083	0,083	x	0,250	0,250	0,167	0,417	0,500	0,250	0,167	0,500
a_5	0,167	0,250	0,083	0,167	x	0,167	0,083	0,333	0,333	0,167	0,083	0,417
a_6	0,250	0,250	0,083	0,167	0,333	x	0,167	0,417	0,500	0,250	0,250	0,667
a_7	0,417	0,250	0,250	0,167	0,167	0,167	x	0,250	0,417	0,333	0,083	0,583
a_8	0,167	0,000	0,000	0,083	0,167	0,083	0,000	x	0,333	0,083	0,000	0,333
a_9	0,083	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,250	x	0,083	0,000	0,250
a_{10}	0,083	0,083	0,000	0,000	0,250	0,000	0,167	0,333	0,250	x	0,083	0,167
a_{11}	0,250	0,250	0,000	0,083	0,333	0,250	0,083	0,333	0,333	0,333	x	0,500
a_{12}	0,083	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,083	0,083	0,000	0,000	x

Таблица 1 – Показатели колеблемости и устойчивости развития экономической подсистемы Новгородской области за период 2006 – 2010 гг.

№ п/п	$K_{у\text{ эконо}м}$	Дисперсия	Ср/кв откл.	Среднее	Вариация	Коэффициент устойчивости уровней
1	Инвестиции в основной капитал на душу населения, тыс. руб	196,20	14,01	47,07	0,298	0,702
2	ВРП на душу населения, тыс. руб.	1347,33	36,71	161,26	0,228	0,772
3	Индексы промышленного производства, %	91,21	9,55	102,40	0,093	0,907
4	Продукция сельского хозяйства на душу, тыс. руб.	31,77	5,64	14,30	0,394	0,606
5	Оборот розничной торговли на душу населения, тыс.руб	480,63	21,92	69,31	0,316	0,684
6	Ввод в действие жилых домов, кв.м на душу населения	0,00	0,06	0,34	0,186	0,814
7	Доходы регионального бюджета в расчете на душу населения, тыс. руб.	72,46	8,51	29,51	0,288	0,712
8	Расходы регионального бюджета в расчете на душу населения, тыс. руб.	108,14	10,40	31,49	0,330	0,670
	Коэффициент устойчивости	-	-	-	-	0,728

Таблица 2 – Показатели колеблемости и устойчивости развития экономической подсистемы Новгородской области за период 2007 – 2011 гг.

№ п/п	$K_{у\text{ эконом}}$	Дисперсия	Ср/кв откл.	Среднее	Вариация	Коэффициент устойчивости уровней
1	Инвестиции в основной капитал на душу населения, тыс. руб	111,15	10,54	53,73	0,196	0,804
2	ВРП на душу населения, тыс. руб.	1415,08	37,62	185,81	0,202	0,798
3	Индексы промышленного производства, %	103,94	10,19	104,18	0,098	0,902
4	Продукция сельского хозяйства на душу, тыс. руб.	57,93	7,61	18,13	0,420	0,580
5	Оборот розничной торговли на душу населения, тыс.руб	429,64	20,73	82,50	0,251	0,749
6	Ввод в действие жилых домов, кв.м на душу населения	0,00	0,04	0,38	0,112	0,888
7	Доходы регионального бюджета в расчете на душу населения, тыс. руб.	62,70	7,92	34,78	0,228	0,772
8	Расходы регионального бюджета в расчете на душу населения, тыс. руб.	75,94	8,71	36,66	0,238	0,762
	Коэффициент устойчивости	-	-	-	-	0,776

Таблица 3 – Показатели колеблемости и устойчивости развития экономической подсистемы Новгородской области за период 2008 – 2012 гг.

№ п/п	$K_{у\text{ эконом}}$	Дисперсия	Ср/кв откл.	Среднее	Вариация	Коэффициент устойчивости уровней
1	Инвестиции в основной капитал на душу населения, тыс. руб	55,19	7,43	60,74	0,122	0,878
2	ВРП на душу населения, тыс. руб.	917,83	30,30	208,09	0,146	0,854
3	Индексы промышленного производства, %	102,89	10,14	103,94	0,098	0,902
4	Продукция сельского хозяйства на душу, тыс. руб.	56,40	7,51	21,92	0,343	0,657
5	Оборот розничной торговли на душу населения, тыс.руб	290,14	17,03	95,30	0,179	0,821
6	Ввод в действие жилых домов, кв.м на душу населения	0,00	0,05	0,42	0,117	0,883
7	Доходы регионального бюджета в расчете на душу населения, тыс. руб.	76,61	8,75	41,26	0,212	0,788
8	Расходы регионального бюджета в расчете на душу населения, тыс. руб.	42,72	6,54	42,73	0,153	0,847
	Коэффициент устойчивости	-	-	-	-	0,825

Таблица 4 – Показатели колеблемости и устойчивости развития социальной подсистемы Новгородской области за период 2006 – 2010 гг.

№ п/п	$K_{у\text{ эком}}$	Дисперсия	Ср/кв откл.	Среднее	Вариация	Коэффициент устойчивости уровней
1	Соотношение среднедушевых денежных доходов и индекса потребительских цен, тыс. руб.	10,228	3,20	10,22	0,313	0,687
2	Соотношение среднедушевых денежных доходов с величиной прожиточного минимума	0,070	0,27	2,54	0,105	0,895
3	Размер потребительских расходов в среднем на душу населения, тыс. руб.	6,113	2,47	7,96	0,311	0,689
4	Уровень безработицы, %	0,323	0,57	5,54	0,103	0,897
5	Коэффициент рождаемости	0,357	0,60	10,72	0,056	0,944
6	Коэффициент смертности	0,387	0,62	20,58	0,030	0,970
7	Уровень обеспеченности населения региона жильем, кв.м на 1 жителя	0,933	0,97	26,36	0,037	0,963
8	Численность населения на одного врача, чел.	18,647	4,32	243,92	0,018	0,982
9	Выпуск специалистов с высшим профессиональным образованием, тыс. чел.	0,023	0,15	4,14	0,037	0,963
10	Число посещений музеев на 1000 чел. населения	7064,500	84,05	1172,00	0,072	0,928
11	Число зарегистрированных преступлений тыс. ед.	3,107	1,76	14,45	0,122	0,878
	Коэффициент устойчивости	-	-	-	-	0,884

Таблица 5 – Показатели колеблемости и устойчивости развития социальной подсистемы Новгородской области за период 2007 – 2011 гг.

№ п/п	$K_{у\text{ эком}}$	Дисперсия	Ср/кв откл.	Среднее	Вариация	Коэффициент устойчивости уровней
1	Соотношение среднедушевых денежных доходов и индекса потребительских цен, тыс. руб.	11,075	3,33	12,15	0,274	0,726
2	Соотношение среднедушевых денежных доходов с величиной прожиточного минимума	0,063	0,25	2,65	0,094	0,906
3	Размер потребительских расходов в среднем на душу населения, тыс. руб.	5,937	2,44	9,49	0,257	0,743
4	Уровень безработицы, %	0,407	0,64	5,42	0,118	0,882
5	Коэффициент рождаемости	0,118	0,34	11,02	0,031	0,969
6	Коэффициент смертности	0,883	0,94	19,96	0,047	0,953
7	Уровень обеспеченности населения региона жильем, кв.м на 1 жителя	0,877	0,94	26,92	0,035	0,965
8	Численность населения на одного врача, чел.	13,947	3,73	242,98	0,015	0,985
9	Выпуск специалистов с высшим профессиональным образованием, тыс. чел.	0,035	0,19	4,20	0,045	0,955
10	Число посещений музеев на 1000 чел. населения	5771,300	75,97	1196,40	0,063	0,937
11	Число зарегистрированных преступлений тыс. ед.	3,404	1,85	13,40	0,138	0,862
	Коэффициент устойчивости	-	-	-	-	0,894

Таблица 6 – Показатели колеблемости и устойчивости развития социальной подсистемы Новгородской области за период 2008 – 2012 гг.

№ п/п	$K_{у\text{ эконо}м}$	Дисперсия	Ср/кв откл.	Среднее	Вариация	Коэффициент устойчивости уровней
1	Соотношение среднедушевых денежных доходов и индекса потребительских цен, тыс. руб.	9,362	3,06	14,21	0,215	0,785
2	Соотношение среднедушевых денежных доходов с величиной прожиточного минимума	0,053	0,23	2,84	0,081	0,919
3	Размер потребительских расходов в среднем на душу населения, тыс. руб.	4,786	2,19	11,03	0,198	0,802
4	Уровень безработицы, %	0,770	0,88	5,20	0,169	0,831
5	Коэффициент рождаемости	0,285	0,53	11,30	0,047	0,953
6	Коэффициент смертности	1,697	1,30	19,52	0,067	0,933
7	Уровень обеспеченности населения региона жильем, кв.м на 1 жителя	0,602	0,78	27,42	0,028	0,972
8	Численность населения на одного врача, чел.	3,992	2,00	241,88	0,008	0,992
9	Выпуск специалистов с высшим профессиональным образованием, тыс. чел.	0,062	0,25	4,13	0,060	0,940
10	Число посещений музеев на 1000 чел. населения	6213,300	78,82	1201,60	0,066	0,934
11	Число зарегистрированных преступлений тыс. ед.	2,265	1,50	12,87	0,117	0,883
	Коэффициент устойчивости	-	-	-	-	0,901

Таблица 7 – Показатели колеблемости и устойчивости развития экологической подсистемы Новгородской области за период 2006 – 2010 гг.

№ п/п	$K_{у\text{ экомом}}$	Дисперсия	Ср/кв откл.	Среднее	Вариация	Коэффициент устойчивости уровней
1	Инвестиции в основной капитал, направленные на охрану окр. среды и рациональное использование прир. ресурсов, млн. руб.	707,32	26,60	96,36	0,276	0,724
2	Объем выбросов загрязняющих веществ от стационарных источников, тыс. тонн	46,21	6,80	47,80	0,142	0,858
3	Объем выбросов загрязняющих веществ от автотранспорта, тыс. тонн	28,89	5,37	77,62	0,069	0,931
4	Динамика образования отходов, тыс. тонн	8694,82	93,25	841,92	0,111	0,889
5	Сброс загрязняющих веществ в водные объекты, тыс. тонн	1,55	1,24	19,12	0,065	0,935
6	Улавливание загрязняющих атмосферу веществ, тыс. тонн	236,80	15,39	97,60	0,158	0,842
7	Сброс загрязненных сточных вод в водные объекты, млн. м ³	100,30	10,01	79,40	0,126	0,874
8	Лесовосстановление, тыс. га	1,18	1,08	11,20	0,097	0,903
	Коэффициент устойчивости	-	-	-	-	0,890

Таблица 8 – Показатели колеблемости и устойчивости развития экологической подсистемы Новгородской области за период 2007 – 2011 гг.

№ п/п	$K_{у\text{ экомом}}$	Дисперсия	Ср/кв откл.	Среднее	Вариация	Коэффициент устойчивости уровней
1	Инвестиции в основной капитал, направленные на охрану окр. среды и рациональное использование прир. ресурсов, млн. руб.	700,11	26,46	96,28	0,275	0,725
2	Объем выбросов загрязняющих веществ от стационарных источников, тыс. тонн	24,01	4,90	44,76	0,109	0,891
3	Объем выбросов загрязняющих веществ от автотранспорта, тыс. тонн	23,24	4,82	80,94	0,060	0,940
4	Динамика образования отходов, тыс. тонн	8636,03	92,93	848,96	0,109	0,891
5	Сброс загрязняющих веществ в водные объекты, тыс. тонн	1,31	1,15	18,18	0,063	0,937
6	Улавливание загрязняющих атмосферу веществ, тыс. тонн	15,80	3,97	92,40	0,043	0,957
7	Сброс загрязненных сточных вод в водные объекты, млн. м ³	129,70	11,39	82,20	0,139	0,861
8	Лесовосстановление, тыс. га	1,13	1,06	11,06	0,096	0,904
	Коэффициент устойчивости	-	-	-	-	0,911

Таблица 9 – Показатели колеблемости и устойчивости развития экологической подсистемы Новгородской области за период 2008 – 2012 гг.

№ п/п	$K_{у\text{ экомом}}$	Дисперсия	Ср/кв откл.	Среднее	Вариация	Коэффициент устойчивости уровней
1	Инвестиции в основной капитал, направленные на охрану окр. среды и рациональное использование прир. ресурсов, млн. руб.	700,56	26,47	100,84	0,262	0,738
2	Объем выбросов загрязняющих веществ от стационарных источников, тыс. тонн	13,31	3,65	43,02	0,085	0,915
3	Объем выбросов загрязняющих веществ от автотранспорта, тыс. тонн	6,42	2,53	82,82	0,031	0,969
4	Динамика образования отходов, тыс. тонн	7350,49	85,74	836,04	0,103	0,897
5	Сброс загрязняющих веществ в водные объекты, тыс. тонн	1,23	1,11	17,76	0,062	0,938
6	Улавливание загрязняющих атмосферу веществ, тыс. тонн	22,30	4,72	93,40	0,051	0,949
7	Сброс загрязненных сточных вод в водные объекты, млн. м ³	152,70	12,36	86,80	0,142	0,858
8	Лесовосстановление, тыс. га	0,66	0,82	10,80	0,076	0,924
	Коэффициент устойчивости	-	-	-	-	0,921