ПЛАН

ВВЕДЕНИЕ……………………………………………………...…………….…..2

Глава 1. Модель организации социального партнерства в России….…..…......5

* 1. Понятие и принципы социального партнерства………….…………….….5
  2. Связь и зависимость между властью и бизнесом………..…………..…...13

Глава 2. Бизнес и власть как субъекты социальной ответственности ...…..…19

* 1. Социальный заказ как механизм взаимодействия власти, бизнеса и общества…………………………………………………………………...……..19
  2. Взаимодействие власти и бизнеса в стратегии развития региона………23
  3. Примеры социального партнерства. …………………………………...…31

Глава 3. Зарубежный опыт социального партнерства власти и бизнес……...34

* 1. Плюралистическая модель взаимодействия власти и бизнеса за рубежом …………………………………….…………….……..……………………….....34
  2. Корпоратистская модель взаимодействия власти и бизнеса за рубежом………………………………………………………………………..…38
  3. Анализ моделей взаимодействия власти и бизнеса. ……….……………43

Заключение…………………………………………………………………..…...47

Список источников и литературы……………………………………..………..48

ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы**. В современном мире высоких технологий, когда одним нажатием нужной кнопки можно удовлетворить едва ли не любую потребность материального мира, люди по – прежнему, как и десятки, сотни лет назад, сталкиваются с проблемами, связанными с отсутствием либо недостаточностью возможностей получить реальное решение на возникающие первичные вопросы, касающиеся повседневной наравне с другими более обеспеченными гражданами жизнедеятельности.

Найти решение таких вопросов можно только вместе путём сотрудничества. Сотрудничество предполагает партнёрство – взаимодействие равных друг другу лиц.

Взаимодействие бизнеса и власти, отражающее интересы общества, является важнейшим фактором устойчивого развития страны. Современный этап развития социально ориентированного государства в России актуализирует проблему взаимодействия государства и бизнеса. В последнее десятилетие в научной литературе этим вопросам уделяется большое внимание, что обусловлено, с одной стороны, нерешенностью ряда теоретикометодологических проблем, с другой – востребованностью практикой разработанных форм, методов и механизмов партнерства. Объективные процессы, протекающие в обществе, носящие как глобальный, так и локальный характер, изменяют социальную роль и государства, и бизнеса.

Общество, включая молодое поколение, уже активнее откликается на идею социальной ответственности и партнёрства. Появился некий тренд на межсекторное взаимодействие, и все заинтересованные стороны осознали необходимость привлекать в свои проекты представителей разных структур. Это сотрудничество позволяет изменить ситуацию, даёт синергетический эффект, поэтому исследовать эту тему так важно. Понять, на каком этапе развития мы находимся, какие формы социального партнёрства наиболее востребованы, что мешает движению вперёд - это основные вопросы. Важно чётко понимать, что никто не придумал, что можно решать социальные проблемы каким-либо другим способом. Межсекторное социальное партнёрство - единственный путь, по которому страна может двигаться в сторону экономического и социального развития.

Условием устойчивого развития нашей страны, пережившей драматическую трансформацию политико-экономического устройства, является согласие в обществе. Причем социальный консенсус по поводу развития возникающих противоречий и конфликтов необходимо находить в процессе диалога, цивилизованных переговоров. В современном понимании социальное партнерство предстает как оптимально организованная и эффективная модель взаимодействия и согласования интересов органов государственной власти и бизнеса в целях создания условий для развития общества, основными критериями которого являются улучшение качества жизни населения, инновационный рост и экологическое благополучие.

По сути, речь идет об изменении мышления людей о том, чтобы рассматривать каждого человека, находящегося в зоне сотрудничества не как пассивный объект благодеятельности со стороны государства и общества, а в качестве стратегического ресурса, потенциала, который нужно достаточно реализовать. Этому призваны способствовать совместные действия органов исполнительной власти регионов, местных объединений работодателей.

Утверждение самоуправления, развития самодеятельности населения и т.п., позволяют перейти к реализации принципа «социального участия», суть которого в делегировании государством части своих полномочий администрациям муниципальным, объединениям организаций, хозяйствующим субъектам.

Социальное партнерство - это серьезная школа демократии, то есть система взаимоотношений в обществе, при которой реализуются интересы большинства при одновременном соблюдении интересов меньшинства, где каждый участник процесса, отвечая за себя, несет и всеобщую ответственность за принятые решения. Социальное партнерство - это и особая школа управления социально-экономическими и общественно-политическими процессами на всех уровнях власти, которая учит партнеров умению договариваться, быть социально ответственными участниками переговорного процесса, которая формирует ростки новой культуры взаимоотношений в государстве на пути построения гражданского общества.

В современном понимании социальное партнерство предстает как оптимально организованная и эффективная модель взаимодействия и согласования интересов органов государственной власти и бизнеса в целях создания условий для развития общества, основными критериями которого являются улучшение качества жизни населения, инновационный рост и экологическое благополучие.

Таким образом «социальное партнерство», в том смысле, который в него вкладывают сейчас, относительно молодая категория понятий, которая требует тщательного изучения и осмысления его функций.

В связи с этим, получение и распространение знаний о социальном партнерстве органов власти и бизнеса становятся все более актуальными, как с научной, так и с практической точек зрения.

**Объект исследования**. Процесс социального партнерства власти и бизнеса.

**Предмет исследования.** Экономические, социальные и институциональные отношения, возникающие в процессе социального партнерства органов власти и бизнеса.

**Цель исследования**. Суть построения и развития системы социального партнерства власти и бизнеса.

**Данная цель обуславливает следующие задачи**:

* дать понятие, принципы социального партнерства;
* рассмотреть модель организации социального партнерства в регионах России;
* рассмотреть социальное партнерство как технологию взаимодействия власти и бизнеса в России;
* выявить основные механизмы взаимодействия власти и бизнеса в системе социального партнерства.
* определить направления совершенствования взаимодействия органов власти и бизнеса.

**Методы исследования.** Методическую и теоретическую основу написания работы составляет учебная, учебно-методическая литература, периодические издания.

* теоретический: анализ информационных источников, сравнения,
* эмпирический: мониторинг – лабораторные наблюдения,
* математический: статистика.

Нормативно-правовой основой исследования являются: законодательные акты Российской Федерации, разработки отечественных и зарубежных ученых, государственные стандарты.

Методологический подход к исследованию содержит: диалектический подход — изучение экономических категорий и процессов в их постоянном развитии и взаимосвязи как единственно отвечающих объективной реальности. Метод системного анализа — рассмотрение объектов как систем и направленность исследования на выявление целостности объекта, различных видов связей в нем и обобщение их в единую теоретическую картину.

**Структура работы** обусловлена объектом, целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, трех глав, подразделяющихся на параграфы, заключения и списка использованных источников и научной литературы.

ГЛАВА 1. Модель организации социального партнерства в России

* 1. **Понятие и принципы социального партнерства**

Социальное партнерство – равноправное сотрудничество институтов государства и местного самоуправления, бизнеса и некоммерческих организаций по решению социальных проблем для обеспечения наилучших условий жизни и всестороннего развития человека.

Эффективность сотрудничества органов местного самоуправления и некоммерческих организаций, с участием деловых кругов и населения определяется возможностью использования дополнительных ресурсов для развития социальной сферы городов и, прежде всего, кооперации усилий всех сторон, потенциально заинтересованных в социально-экономическом развитии территорий: администрации, организаций третьего сектора, населения города и бизнеса.

Социальное партнерство приводит к накоплению «социального капитала», который обычно измеряется по двум показателям: индексу доверия и членству в общественных объединениях. С точки зрения политической стабильности, эффективности и даже самого экономического прогресса социальный капитал является более важным фактором, чем экономические и людские ресурсы.

Современная ситуация требует признать необходимость создания структур, объединяющих представителей органов власти, НКО, коммерческих организаций, позволяющих использовать преимущества социального партнерства, увидеть возможности и перспективы такого сотрудничества, в результате которого каждый житель города вправе принять участие не только в обсуждении городских проблем, но также в выборе способа и пути их решения. При правильной организации партнерского взаимодействия органов власти и некоммерческих организаций жители сами могут реализовать ряд принимаемых органами власти решений.

Такое взаимодействие способствует укреплению доверия со стороны граждан к органам государственной власти и местного самоуправления, занимающимся решением социальных проблем. Одновременно органы власти и местного самоуправления получают возможность более оперативно получать информацию и реагировать на животрепещущие проблемы населения. Различные формы экономического взаимодействия (размещение социальных заказов, выделение грантов (субсидий) города и др.) позволяют более эффективно использовать имеющиеся финансовые ресурсы города, а также средства НКО, направляемые для осуществления целевых социальных проектов.

Содержание категории «социальное партнерство» определяется как взаимодействие, взаимовыгодное сотрудничество различных социально-экономических институтов, организаций, субъектов хозяйствования с целью оптимизации социально-экономического прогресса общества[[1]](#footnote-1).

Таким образом, социальное партнерство предстает как способ сотрудничества, форма органичного взаимодействия многообразных субъектов социально-экономических отношений, которые позволяют им свободно выражать свои интересы в контексте поиска цивилизованных, и главное, эффективных средств их гармонизации[[2]](#footnote-2).

Наиболее эффективно социальное партнерство реализуется на мезо- уровне. Связано это с тем, что именно на региональном уровне происходит наиболее эффективный диалог между бизнесом и властью по поводу решения острейших социальных проблем населения. Важнейшей задачей регионального социального развития на сегодняшний день является формирование и развитие института социального партнерства между региональной властью и бизнесом, основанного на их взаимовыгодном сотрудничестве и взаимной ответственности[[3]](#footnote-3).

Основу социального партнерства составляют принципы заинтересованности и объединения усилий каждой из сторон в поиске путей решения социальных проблем, взаимоприемлемый контроль и учет интересов, отсутствие государственной опеки или вмешательства в дела организации, соблюдение правил взаимодействия, взаимного контроля и ответственности.

Учитывая большую неоднородность экономического и социального развития российских регионов эффективность социального партнерства сильно дифференцирована территориально. Многие исследователи сходятся во мнении, что зрелость и эффективность социального партнерства в регионах зависят от двух основных факторов: экономической грамотности и политической воли региональных органов власти, с одной стороны, и, наличия крупного, и главное, социально ответственного бизнеса, с другой стороны.

Анализируя институциональную роль региональных властей, необходимо учитывать, что региональная администрация одновременно выступает как агент центрального правительства в реализации функций гаранта по спецификации и защите прав отдельных индивидов, а также осуществляет производство общественных благ и услуг, объемы которого установлены заключенным в обществе социальным контрактом[[4]](#footnote-4). С этой точки зрения на региональном уровне она является проводником согласованной в обществе социально-экономической политики, гарантом сохранения единого экономического пространства, основывающегося на принципиальном единстве «правил игры» во всех территориях[[5]](#footnote-5). Кроме того, региональная администрация действует как непосредственный агент населения данного региона, реализуя интересы местного развития. В России, отличающейся большой региональной спецификой, на этом уровне происходит определение прав, свобод и гарантий в отношении местных ресурсов с учетом условий их воспроизводства и использования. Эта функция региональной администрации традиционно важна для стран, имеющих федеративное устройство, и, прежде всего в аспекте гарантирования конституционных прав и свобод, разрешения возникающих конфликтов, модификации общих «правил игры», а также особенностей производства общественных благ и услуг в регионе (в первую очередь развития человеческого капитала)[[6]](#footnote-6).

Говоря о роли крупного регионального бизнеса в реализации социальных функций, можно выделить 3 группы регионов: с ведущей ролью крупного бизнеса; со значительной ролью крупного бизнеса; без значительного присутствия крупного бизнеса[[7]](#footnote-7).

Поскольку в краткосрочном периоде инвестиции в социальную сферу представляют собой дополнительные издержки и соответственно некоторое снижение конкурентоспособности фирмы, социально ответственное поведение могут позволить себе в первую очередь наиболее сильные корпорации с большим запасом устойчивости и серьезными конкурентными преимуществами. Как правило, в регионах с ведущей ролью крупного бизнеса и высокой заработной платой социальные проблемы менее остры. Бедными являются наиболее социально уязвимые группы населения – неполные и многодетные семьи, семьи с безработными членами, пенсионеры. Поэтому их защитой должны заниматься региональные власти, имеющие значительные собственные налоговые доходы для проведения социальной политики. Следовательно, социальное партнерство в таких регионах не должно рассматриваться как основной инструмент.

Для разработки программ социального партнерства более важны так называемые срединные регионы, в которых к бедным относится значительная часть занятого населения. В таких регионах крупные компании и бизнес-группы, как правило, играют значительную, но не доминирующую роль, поэтому политика социального партнерства должна учитывать ресурсы и интересы крупного бизнеса в регионе (особенно в регионах экспансии крупных бизнес-групп). В регионах-аутсайдерах крупный бизнес практически не представлен, поэтому бремя социальной защиты возлагается на плечи государства.

Компания, занимающая активную социальную позицию, всегда взаимодействует с представителями местной власти, и не только по вопросам, связанным с ее основной деятельностью. При этом власть может не просто поощрять предпринимателей за подобное сотрудничество, но и пытаться принудить к нему. Поэтому в реализации социального партнерства бизнеса и власти существуют и негативные аспекты, проявляющиеся в следующем:

1. Добровольно-принудительная благотворительность – так называемое дофинансирование компанией территорий ее пребывания, проявляющееся в формально не регулируемых вложениях бизнеса в территории (на благоустройство, в инфраструктурные проекты, на социальные программы и т.п.), которые организуют и координируют органы власти[[8]](#footnote-8). При этом власть предъявляет бизнесу требования по определенному объему дополнительных (сверх налогов) отчислений, а бизнес, в свою очередь, просчитывая выгоды от установления благоприятных для него отношений с властью, идет на соответствующие расходы.

2. Торг – проявляется в виде отношений «ты - мне, я - тебе». Прагматичные предприниматели готовы к вложению средств, не ожидая отдачи от объекта инвестиций, а рассчитывая на поддержку государства в решении каких-то проблем, связанных с ведением бизнеса[[9]](#footnote-9). Сегодня среди крупных компаний стало модно заключать с региональными властями соглашения о социально-экономическом сотрудничестве. Соглашения по принципу «ты - мне, я - тебе» заключены у большинства нефтегазовых компаний России во многих регионах страны. Действительно, по мнению М. Курбатовой и С. Левина, современная модель отношений между властью и бизнесом характеризуется тремя относительно обособленными зонами их взаимодействия: «белой», «черной» и «серой»:

* «белая» зона включает формальную практику: регулирование налоговых отношений, административное и экономическое регулирование бизнеса (регистрация, лицензирование, контроль и принуждение к исполнению установленных норм и т.п.), конкурсы по распределению государственных заказов и т.п.;
* «черная» зона – это неформальные криминальные практики, прежде всего коррупция;
* «серая» зона охватывает неформальные поборы с бизнеса, непосредственно не связанные с коррупцией, а также его неформальный торг с властью по поводу условий своего функционирования[[10]](#footnote-10).

Именно в пределах «серой» зоны и формируются негативные аспекты социально-экономического партнерства власти и бизнеса. Власть пытается действовать в обход существующего законодательства, поэтому строит партнерские отношения на основе реализации своих публичных функций. Бизнес, в свою очередь, с одной стороны, стремится выжить и поэтому участвует в дофинансировании, а, с другой стороны, пытается вынудить властные органы предоставить большие и лучшие условия своего функционирования. При этом обе стороны заинтересованы в выживании на одной территории[[11]](#footnote-11).

Неформальные требования власти к бизнесу в виде дополнительных расходов на поддержание территорий его присутствия могут закрепляться посредством:

* заключения договоров о сотрудничестве (партнерстве) – по форме данные соглашения представляют собой проявление партнерских отношений, однако, по сути, они фиксируют одностороннюю ответственность крупных компаний и их готовность работать с ситуационными обращениями власти в обмен на сохранение благоприятного климата для компании;
* учреждения фондов для дополнительных отчислений – аккумулируют квазиналоговые платежи бизнеса, не предусмотренные законом. Фонды дополнительных отчислений учреждены во многих территориальных образованиях[[12]](#footnote-12). В отличие от квазиналоговых сборов «организованное спонсорство» носит целевой характер, «взносы» делаются предпринимателями преимущественно в натуральной форме.

Механизм получения денежных средств, при реализации «спонсорской помощи» выражается в том, что по заранее составленному списку предпринимателей представители органов власти распределяют между ними запланированные расходы, поступление которых обеспечивается посредством различных неформальных угроз. К уклоняющимся от сотрудничества предпринимателям применяются избирательные санкции: сознательное затягивание сроков принятия решений в пользу бизнеса, установление дополнительных барьеров при решении вопросов, учащение и ужесточение проверок со стороны различных контрольных органов и т.д.[[13]](#footnote-13)

Власть способна мобилизовать различные контрольные органы с целью избирательного давления на отдельных предпринимателей.

Как уже было отмечено ранее, еще одним импульсом к взаимодействию бизнеса с властью в «серой» зоне является улучшение условий его функционирования. При этом интерес компании к достижению компромисса с властью по дофинансированию территорий имеет двоякий характер. С одной стороны, сказывается его заинтересованность в развитии местной инфраструктуры, в улучшении условий жизни работников и их семей, общественного климата для предпринимательской деятельности и т.п. Все это, в конечном счете, снижает издержки бизнеса на самостоятельное решение данных вопросов и обеспечивает воспроизводство необходимых экономических ресурсов (квалифицированных кадров, приемлемого состояния инфраструктуры и т.д.). С другой – бизнесу необходимо преодолевать определенные преграды, связанные с выживанием, сокращением издержек приобретения ресурсов (доступ к участкам земли, к муниципальному имуществу); с получением информации, различного рода преференций и т.д.[[14]](#footnote-14)

Итак, участие компаний в социальной сфере территорий присутствия сопровождается ростом взаимных ожиданий органов власти и бизнеса. С одной стороны, рост ожиданий органов власти от бизнеса может привести к тому, что социальные программы бизнеса могут восприниматься как обязательное, а не добровольное участие компаний в развитии социальной сферы территорий. Подобная позиция приводит к усилению давления на бизнес со стороны органов власти, выраженное в феномене «добровольно-принудительной благотворительности», прямым следствием которой является снижение эффективности социальных программ бизнеса. С другой стороны, у бизнеса, финансирующего социальную сферу, растет недовольство тем, как органы власти расходуют бюджетные средства и управляют социальной сферой. Это вызывает желание бизнеса совместно с органами власти определять приоритеты социальной политики и области, в которой бизнес может принять активное участие[[15]](#footnote-15). Поэтому взаимодействие власти и бизнеса может либо поддерживать иждивенчество и бюрократизм власти, либо привносить в социальную сферу недостающие ей принципы эффективного управления.

**1.2. Связь и зависимость между властью и бизнесом**

Взаимодействие бизнеса и власти отражающее интересы общества, является важнейшим фактором устойчивого развития страны. Современный этап социально-экономического развития России характеризуется недостаточной эффективностью системы связей бизнеса с властью, которая пока не позволяет эффективно реализовывать свои функции субъектам взаимодействия и негативно сказывается на решении экономических проблем общества.

Под бизнесом, как субъектом взаимодействия с властью, понимается совокупность предпринимательских структур (от индивидуальных предпринимателей до общенациональных интегрированных бизнес-групп), ведущих хозяйственную деятельность на рынке в целях извлечения «частных» коммерческих выгод.

Экономический словарь трактует бизнес как инициативную, экономическую деятельность, осуществляемую за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящую главными целями получение прибыли и развитие собственного дела[[16]](#footnote-16).

Не зависимо от того, рассматривается бизнес с позиции структуры или с позиции деятельности основной его целью является получение прибыли.

Современные исследователи[[17]](#footnote-17) выделяют инновационную, модернизирующую, развивающую и социальную функции бизнеса. В рамках проводимого исследования наиболее значима из них социальная функция, которая реализуется в первую очередь посредством:

• полной и своевременной выплаты налогов и обеспечение достойного уровня заработной платы сотрудникам;

• поддержки системы образования и подготовки кадров, системы здравоохранения, других сфер социальных услуг;

• поддержки инициатив по финансированию социальных проектов муниципальных властей и организаций гражданского общества.

Волгин Н.А. и Егорова В.К. считают, что социально ответственный бизнес характеризуется тем, что все этапы бизнес – цикла рассматриваются через социальную призму[[18]](#footnote-18):

* разработка общей политики и стратегии: насколько политика и стратегия бизнеса служат задачам устойчивого развития и приносят выгоду всем стейкхолдерам (заинтересованным сторонам);
* организация труда и производственный процесс: соблюдаются ли нормы безопасности и экологические нормы при производственных процессах, обеспечиваются ли качество товаров и их безопасность для потребителя;
* закупки и управление поставками: приобретаются ли товары, запчасти и услуги у местных поставщиков, и если да, то помогает ли им компания соблюдать установленные стандарты;
* сбыт и продажа товаров: насколько безопасны технологии сбыта товаров, приносят ли отношения между предприятием и продавцом пользу конечному потребителю;
* продажи, маркетинг и отношения с клиентами: является ли информация в рекламе товара и на его упаковке точной и правдивой, какие механизмы используются для выстраивания отношений между компанией и ее клиентами;
* развитие человеческих ресурсов и трудовые отношения: условия трудоустройства сотрудников, охрана и гигиена труда, обучение сотрудников, стратегии преодоления негативных последствий реструктурирования, сокращения штатов и т. д.;
* финансовое управление и отношения с инвесторами: эффективность финансового контроля, открытость документации, качество работы совета директоров, отношение к взяткам и внутренним торговым операциям;
* проектно-конструкторские работы: объем вложений, учет социальных/экологических проблем, создание проектно-конструкторских бюро в местах освоения новых рынков;
* отношения с властью: обеспечивается ли открытость и прозрачность в отношениях с властями и в лоббистской деятельности; участвует ли компания в диалоге между частным и государственным секторами для улучшения политики и норм, регулирующих такие сферы, как трудоустройство, природоохранные нормы и т. д.;
* отношения с другими заинтересованными сторонами: как строятся отношения с местным населением, участвует ли компания в общественной жизни, насколько открыты компания и ее подразделения для местного населения;
* меры по охране окружающей среды: имеется ли у компании своя природоохранная политика, проводится ли экологическая экспертиза новых проектов и товаров, отчитывается ли компания перед общественностью о своем воздействии на окружающую среду.

Таким образом, бизнес является важнейшей движущей силой развития, играющей ключевое место в жизни общества, что обусловлено его функциями:

• экономическая - развитие любого общества возможно только при ведении им хозяйственной деятельности;

• инновационная – бизнес обеспечивает внедрение в практику новейших достижений в области науки и технологии;

• политическая - бизнес, особенно крупный, оказывает значительное влияние на принятие политических решений и оказывается важнейшим фактором развития гражданского общества;

• лидерская – в определенном смысле деловой мир является лидером в современном российском обществе, так как состояние бизнеса определяет состояние общества;

• социальная – бизнес выступает связующим звеном, обеспечивающим интеграцию общества, развитие социального партнерства;

• этическая (нравственная) - этика деловой активности выступает своеобразным ориентиром нравственной культуры других сфер общественной жизни.

Еще одним субъектом исследуемых отношений является власть. Под властью, в нашем исследовании, понимается структура, наделенная, во-первых, публичными функциями, что с экономической точки зрения означает выполнение обязанностей гаранта «правил игры» и производителя общественных благ; во-вторых, правом на принятие обязательных для других субъектов хозяйствования решений и легальными полномочиями по контролю за их исполнением.

Власть является регулирующим и координирующим органом, определяющим стратегические ориентиры в социальном и экономическом развитии; создающим базовые условия для бизнеса и повышения эффективности экономики; разрабатывающим и внедряющим проекты государственной важности и национального масштаба.

Рассмотрим сущность феномена власти и государства в контексте их взаимодействия с бизнесом в той же логике, то есть через функции.

А. Бунич[[19]](#footnote-19) выделяет 8 функций государства в экономике:

* первая функция - дирижёрская. Здесь автор проводит прямую аналогию с оркестром, где музыканты играют, а дирижёр задает темп и синхронизирует их действия. На первый взгляд, роль дирижера сводится к малопонятному размахиванию палочкой. Однако уберите его – и музыка тотчас превратится в какофонию;
* вторая функция связана со способностью государства служить локомотивом для инвестиций. Таковую способность обосновал Дж. Кейнс - самый выдающийся экономист XX века. Эти идеи легли в основу «Нового курса» американского президента Ф. Рузвельта. Кейнсианство около семидесяти лет являлось базовым трендом западной экономической теории. Однако в России были, оно не было востребовано. В фаворе были теории гораздо менее значительного Милтона Фридмана, отца-основателя монетаризма;
* третья функция – государство как катализатор экономических процессов. Если необратимо сторнирует какое-то предприятие, почему бы не завершить его деятельность досрочно, пустив освободившиеся денежные и человеческие ресурсы на другое, перспективное с экономической точки зрения дело. Если понятно, что этот промышленный район не имеет перспективы, надо продумать меры, чтобы расчистить там площадку, на которую придут инвесторы и построят жилой квартал. Современная экономика – это в первую очередь экономика времени. Успех в глобальной конкуренции зависит от того, как быстро вы реагируете на изменившуюся ситуацию. Надо понимать, что частный бизнес никогда не возьмет на себя функцию экономии времени, потому что он в принципе мыслит в других категориях;
* четвертая функция государства - социальная. Никто кроме государства не в состоянии осуществлять социальные проекты, обеспечивать перераспределение средств в экономике страны в интересах социально незащищенных. Очевидно, что частный бизнес не может этого обеспечить в полной мере даже при высоком уровне социальной ответственности;
* пятая функция – антимонопольная. В России она выражена очень слабо, в то время как в той же Америке соответствующие ведомства обладают огромными возможностями. Они способны, если нужно, даже расчленить «Майкрософт». Ясно, что в нашей стране с ее монополистической структурой рынков антимонопольные ведомства должны обладать серьезными полномочиями;
* шестая функция – планирование и прогнозирование. Никто, кроме государства, ее выполнить не может. У частного бизнеса, даже у крупной финансовой группы, совсем другие приоритеты. Только государство способно содержать соответствующие службы, заказывать научные исследования, принимать стратегические решения на 5-10 лет вперед. Всегда останется за государством и реализация национальных проектов на основе программно-целевого метода управления, когда существует четкая задача, под которую вырабатывается соответствующая программа. У государства всегда будут возникать текущие и стратегические задачи. Они могут заключаться в решении проблемы занятости или, как у Рузвельта, в проведении общественных работ, в развитии конкретного региона или территории (программа развития долины реки Теннеси) - в любом случае их решение силами только частного бизнеса невозможно;
* седьмая функция – стимулирование научно-технического прогресса, создание инновационной системы, которая позволила бы России быть конкурентоспособной в наукоемких, высокоприбыльных отраслях;
* восьмая функция заключается в создании устойчивой кредитно-финансовой системы. Поддержание национальной валюты тоже не входит в его задачи. Этим способно заниматься только государство. Гарантия экономических и социальных прав населения, охрана окружающей среды, устранение региональных диспропорций, дифференциация ставки налогов и др. являются прерогативами государства и власти.

Анализ функций бизнеса и власти приводит к выводу о их невыполнимости при отсутствии взаимно выгодных связей и взаимной зависимости между бизнесом и властью. Взаимодействия между бизнесом и государством обусловлено как невозможностью выполнения своих социально-экономических функций со стороны государства без бизнеса, так и невозможностью эффективного развития бизнеса без поддержки государства.

Таким образом, функции бизнеса являются более локальными и реализуются на уровне внутрикорпоративном и территории пребывания, а функции власти – более глобальными и реализуются на государственном, национальном уровне. Вместе с тем, реализация своих функций обоими субъектами и эффективное взаимодействие между ними, в конечном счете, ведут к стабильному развитию общества и повышению благосостояния населения.

ГЛАВА 2. Бизнес и власть как субъекты социальной ответственности

**2.1. Социальный заказ как механизм взаимодействия власти, бизнеса и общества**

Термин «социальный заказ» начал активно использоваться в нашей стране в 90-х годах ХХ столетия, и как многим новым понятиям ему пока нет единого определения. Социальный заказ рассматривается и как отношения, и как мероприятия, и как механизм решения социальных проблем.

Социальный заказ – это комплекс мероприятий организационно-правового характера, направленных на разработку и реализацию социальных проектов за счет бюджетных и других средств путем заключения социальных контрактов на конкурсной основе.

Государственный социальный заказ – это поручение государства на выполнение мероприятий и мер, направленных на решение социально значимых проблем межгосударственного, федерального, регионального и муниципального уровней.

Социальный заказ строится на использовании программно-целевого подхода, т.е. формировании системы плановых решений социальных проблем с использованием целевых программ; принципе конкурсности и привлечении дополнительных ресурсов.

Принятие социального заказа на местном уровне позволяет:

* привлечь дополнительные ресурсы в реформирование и развитие социальной сферы;
* идентифицировать проблем города для долгосрочного стратегического планирования;
* оценить уровень удовлетворения жителей города качеством и ассортиментом предоставляемых муниципальных, социальных, медицинских и других услуг в городе;
* содействовать децентрализации и демонополизации рынка социальных услуг в городе;
* повысить уровень участия жителей города в решении местных проблем;
* выработать инновационные идеи решения старых городских проблем;
* развить рынок социальных услуг с реальной конкуренцией их производителей, в результате чего повыситься качество и доступность социальных услуг;
* повысить эффективности использования бюджетных средств;
* перераспределить ответственность за решение или не решение городских проблем властью с жителями города;
* повысить открытость и прозрачность процедур перераспределения бюджетных средств и принятии решения (открытая власть);
* влиять на принятие решений и формирование приоритетов социальной политике в городе.

Гуринович В.[[20]](#footnote-20) считает, что в глазах организаторов затраты на организацию и проведение конкурсов социальных заказов значительно превышают получаемые выгоды. Кроме того, поиск эффективных исполнителей, в отличие от коммерческих заказов, не может привлечь значительного количества исполнителей, в социальной сфере они все, как правило, хорошо известны, и конкуренция здесь практически отсутствует.

За счет рационального использования денежных средств социальный заказ позволяет повысить эффективность вложения и выйти на новую схему управления процессами. Властные структуры постепенно становятся не столько руководителями, сколько заказчиками, выполняя три основные функции.

Первая функция — определение политики в социальной сфере, в решении отдельных проблем. Итогом этой деятельности становится принятие решений о финансировании из бюджета тех или иных направлений и формулирование точных приоритетов или тематики социальных заказов, утверждение или корректировка социальных программ.

Вторая функция — поиск эффективного исполнителя — может производиться как за счет проведения конкурсов, так и другими способами, например, за счет проведения экспертной оценки проектов.

Третья функция — контроль исполнения заказа, мониторинг результатов, корректировка политики. Участниками исполнения социального заказа могут стать организации всех форм собственности, что особенно важно, поскольку они вносят свои людские и материальные ресурсы. Высокая мотивированность участников конкурсов социальных заказов гарантирована, ими могут стать некоммерческие организации — в этом случае расширяется социальная база исполнителей.

Таким образом, сочетание социального заказа с традиционными методами управления в социальной сфере позволит не просто наиболее эффективно использовать бюджетные средства. Социальный заказ может стать универсальной управленческой схемой, позволяющей перейти от прямого управления процессами в городской социальной сфере к управлению посредством определения приоритетов и распоряжения бюджетными средствами

Размещение заказа на выполнение социальных услуг - это механизм реализации в условиях рыночной экономики социальных гарантий государства населению. Такие гарантии содержатся в Конституции Российской Федерации, федеральных, региональных и местных законах и нормативных актах. Предоставление социальных услуг населению в нашей стране в течение длительного времени выполнялось государственными учреждениями. В последние годы этим стали заниматься и независимые некоммерческие организации. В условиях рыночной экономики обязательства государства по обеспечению социальных гарантий и бюджетное финансирование предоставления соответствующих услуг совсем не тождественны необходимости использования только государственных и муниципальных учреждений для предоставления этих услуг[[21]](#footnote-21).

Эффективность социального заказа имеет несколько составляющих[[22]](#footnote-22):

Финансовая эффективность: в результате реализации проектов - победителей кроме вложенных в их выполнение бюджетных средств могут быть привлечены дополнительно собственные средства (финансовых или материальных);

Социально-экономическая: самосоздание временных и эластичных оплачиваемых рабочих мест для исполнителей проектов; повышение уровня доходов работников бюджетной сферы;

Культурно-этический эффект: в рамках проектов решаются задачи культурно-просветительского характера, привлечение в активную жизнедеятельность различных групп населения.

Таким образом, социальный заказ - это конкретная общественная потребность, актуальная для общества в целом или для определенной его части. Она может выражаться в необходимости решения таких общественно и индивидуально значимых вопросов, как помощь различным проблемным контингентам (бедные, инвалиды, престарелые, беженцы, заключенные, жертвы насилия, беспризорные и т.п.) и массовая социальная работа - с детьми, семьями, одинокими людьми, теми или иными группами риска. Социальная помощь и поддержка реализуются в организационном, материальном, медицинском, психологическом, правовом, информационном планах, в плане предоставления жилища, убежища, питания, возможности получения общего образования и профессиональной подготовки, в духовной работе.

* 1. **Взаимодействие власти и бизнеса в стратегии развития региона**

Мировой опыт развития бизнеса позволяет считать социальное партнерство высшей стадией эволюции предпринимательства, когда компании переходят к политике социального диалога с обществом. Социальное партнерство также считается высшей точкой развития прозрачности коммуникаций бизнеса и общества.

Стратегия взаимодействия бизнеса и власти должна носить взаимовыгодный характер для всех сторон-участников. В этой связи стратегией социального партнерства следует считать создание на взаимовыгодной основе условий и эффективную реализацию мер властью и бизнесом по развитию человеческого капитала на определенной территории. Стратегия (миссия) социального партнерства служит оплотом формирования системы подцелей, тактических и оперативных целей и задач[[23]](#footnote-23).

Таким образом, под социальным партнерством понимается философия взаимоотношений и взаимодействия государственно-муниципальной власти и бизнеса, носящая взаимовыгодный и эффективный характер и направленная на развитие человеческого капитала территории.

Социальное партнерство как система взаимодействия власти и бизнеса основывается на следующих принципах:

– Взаимовыгодный характер социального партнерства для участвующих в нем сторон. Реализация этого принципа предусматривает обеспечение эффективности социального партнерства для всех его сторон[[24]](#footnote-24).

– Добровольный характер социального партнерства. Данный принцип опирается на постулат о том, что в системе социального партнерства только добровольные инициативы могут быть эффективны. Однако этот принцип дополняется принципами обязательности, контроля и ответственности сторон за взятые на себя обязательства в рамках социального партнерства[[25]](#footnote-25).

– Содействие государства развитию социального партнерства. Роль государственной власти состоит в создании условий, нормативной и институциональной инфраструктуры, мотивации социального партнерства. При этом основным мотивирующим фактором взаимодействия власти и бизнеса следует считать его взаимовыгодный характер[[26]](#footnote-26).

– Реальный и прагматичный характер социального партнерства. Система социального партнерства в регионе должна включать:

- подсистему целей социального партнерства, закрепленных в нормативно-правовых актах (закон «О социальном партнерстве») и базовых концепциях (Стратегия развития области, Стратегия развития социального партнерства);

- подсистему элементов социального партнерства, классифицирующую формы и содержание социального партнерства в регионе;

- подсистему механизмов социального партнерства, описывающую основные методы и инструменты реализации социального партнерства;

- закрепление социального партнерства в стандартах, правилах деятельности сторон, стратегических и внутренних документах и нормативно-правовых актах;

- подсистему органов социального партнерства, обеспечивающую его реализацию, и нормативно-правовых актов, на которых основана их деятельность;

- подсистему инструментов мониторинга эффективности и обратной связи взаимодействия власти и бизнеса, а также информационной открытости социального партнерства.

– Принцип интеграции социального партнерства в основную деятельность сторон. Основным механизмом реализации взаимодействия следует считать интеграцию его принципов в деятельность органов государственно-муниципальной власти и бизнеса.

– Принцип разноуровневости социального партнерства. В виду неравнозначности ресурсной базы коммерческих предприятий и некоммерческих организаций социальное партнерство может осуществляться на следующих уровнях: базовый – социальное партнерство в основной деятельности компании, уровень социальных инвестиций, уровень благотворительности[[27]](#footnote-27).

– Принцип информационной открытости социального партнерства, которая является залогом эффективности работы всей системы. Взаимодействие бизнеса и власти должно осуществляться на прозрачной основе для всех его участников, а также средств массовой информации и регионального сообщества. Важнейшей функцией информационной открытости является налаживание каналов обратной связи с населением территории и оценки эффективности социального партнерства[[28]](#footnote-28).

Принципы развития социального партнерства формируют систему приоритетных направлений совершенствования взаимодействия органов государственной власти региона и бизнеса.

* 1. Совершенствование института соглашений о социальном партнерстве, включая:

– закрепление базовых понятий, целей и задач социального партнерства;

– закрепление стратегии и приоритетных направлений развития социального партнерства в регионе;

– закрепление механизмов реализации социального партнерства;

– закрепление системы критериев и показателей эффективности социального партнерства, а также систем контроля и ответственности;

– оптимальное разграничение полномочий сторон в рамках соглашений;

– закрепление системы обязательств сторон, базирующихся на принципах конкретности, измеримости, реалистичности, согласованности и непротиворечивости, своевременности, а также максимального приближения к интересам территории;

* 1. Расширение практики заключения соглашений, в том числе о реализации конкретных проектов и программ;
  2. Совершенствование механизмов реализации социального партнерства, обоснование критериев и создание методологической базы расчета показателей эффективности взаимодействия, изучение и обобщение опыта передовых регионов, предприятий и организаций;
  3. Совершенствование нормативно-правовой и институциональной базы социального партнерства;
  4. Разработка региональных стандартов, норм и правил социального партнерства и социальной ответственности бизнеса[[29]](#footnote-29);
  5. Поиск резервов привлечения коммерческих предприятий к осуществлению региональных социальных программ, а также инструментов мотивации финансирования проектов[[30]](#footnote-30);
  6. Совершенствование стратегического планирования в сфере социального партнерства;
  7. Развитие института цивилизованного лоббирования интересов бизнеса в органах государственной власти[[31]](#footnote-31);
  8. Совершенствование инструментария информационной открытости социального партнерства, в том числе налаживание обратной связи с населением региона и мониторинга общественного мнения;
  9. Совершенствование инструментария финансирования социального партнерства из различных источников, в том числе бюджета области и средств бизнеса.

Социальное партнерство направлено на развитие в следующих сферах, которые являются основными в реализации взаимодействия бизнеса и региональной власти.

1. Социальное партнерство в основной деятельности бизнеса: качество и безопасность продукции и услуг, права потребителей, инвестиции и инновации, экономическая и финансовая устойчивость, кадровая политика (социальный пакет и социальные стандарты, минимальная и средняя заработная плата и мотивация труда, подготовка кадров и повышение квалификации, охрана труда и безопасность на рабочем месте и др.) и др.[[32]](#footnote-32)

2. Совершенствование системы государственного управления территорией: стратегический анализ и планирование развития территории, формирование антикризисных программ, повышение эффективности бюджетных расходов, обмен опытом и консультирование, государственное регулирование и саморегулирование, собственность и др.

3. Развитие территории присутствия бизнеса и местных сообществ: программы развития местных сообществ и малого бизнеса, развитие инфраструктуры, социальной сферы, транспорт, ЖКХ, недвижимость, общественный порядок и безопасность, поддержка благотворительных акций и других разовых мероприятий, формирование гражданского общества и поддержка гражданских инициатив и др.

4. Этика взаимоотношений и информационная открытость.

В целях создания эффективной системы реализации социального партнерства должна быть сформирована следующая многоуровневая институциональная структура.

1. Институты реализации взаимодействия власти и бизнеса (институты государственного законодательного и договорного регулирования, частно-государственного партнерства, информационной прозрачности и контроля, реализации социальных проектов и др.)

2. Методы реализации взаимодействия власти и бизнеса (соглашения, лоббирование, мотивация, государственный заказ, конкурсные методы, участие в координационных, наблюдательных, экспертных советах и др.)

3. Механизмы реализации взаимодействия власти и бизнеса (коллективные переговоры, взаимные консультации, мониторинг законодательства, конкурсы грантов, социальных проектов, корпоративные фонды, программы пожертвований, стипендии и др.)[[33]](#footnote-33)

В целях мониторинга эффективности социального партнерства должна быть сформирована следующая система показателей:

Общие – характеризуют развитие области в целом и, в том числе, сфер непосредственно связанных с реализаций социального партнерства: включают показатели экономического, социального, экологического и этического развития региона.

Специальные – характеризуют уровень и качество развития социального партнерства в области: включают количественные и качественные индексы социального партнерства.

Стержневым координационным механизмом реализации социального партнерства следует считать институт договорного регулирования социального партнерства на основе совмещения и взаимоучета интересов сторон[[34]](#footnote-34).

Координационными механизмами социального партнерства являются:

– ведение коллективных переговоров по подготовке проектов коллективных договоров, соглашений и их заключению;

– осуществление взаимных консультаций (переговоров) по вопросам регулирования отношений социального партнерства;

– организация деятельности по совместной работе и совместном контроле сторон;

– выработка эффективных методов регулирования и др.

Также координационные механизмы включают элементы непосредственных коммуникаций органов государственной власти, регионального бизнеса и общественных организаций, в том числе лоббирования и выстраивания позитивных отношений предприятий и государственных структур.

Основным мотивационным механизмом участия в системе социального партнерства сторонами признается его эффективный и взаимовыгодный характер. Однако активно участвующие в реализации социального партнерства коммерческие предприятия и некоммерческие организации пользуются приоритетной поддержкой региональной власти, объединений предпринимателей, профсоюзов, иных общественных организаций, в том числе в системе государственного и муниципального заказа[[35]](#footnote-35).

Законодательная ответственность в сфере социального партнерства осуществляется в соответствии с действующими федеральными, региональными и муниципальными нормативно-правовыми актами, а именно включает:

– ответственность согласно Гражданскому кодексу РФ несут стороны, взявшие на себя имущественные обязательства;

– дисциплинарной ответственности подлежат должностные лица;

– административная ответственность наступает в случае уклонения от участия в переговорах, нарушения их сроков, необеспечения работы комиссий, необоснованного отказа от заключения соглашений, коллективных договоров, непредставления или предоставления недостоверной информации, невыполнения или нарушения обязательств;

– ответственность за несоблюдение коммерческой, банковской, государственной тайны[[36]](#footnote-36).

Договорная ответственность в рамках социального партнерства предусматривает закрепление в договорах и соглашениях норм ответственности по их исполнению. Особая роль при этом отводится закреплению обязательств и ответственности сторон в договорах о реализации конкретных социальных программ и проектов[[37]](#footnote-37).

Таким образом, комплексный подход к взаимодействию власти и бизнеса позволяет, с одной стороны, создать системную модель партнерства, закрепить ее основные цели, принципы и методы организации, определиться, наконец, со сферами применения и основными механизмами, с другой, позволяет упорядочить теоретический опыт и практическую базу, существующую в настоящее время в России, систематизировать и применить лучшие наработки по каждому из подходов к взаимодействию бизнеса и власти.

* 1. **Примеры социального партнерства в России**

26 августа 2015 г. в Москве состоялась конференция «Бизнес, НКО и власть в социальном партнерстве: тенденции и вдохновляющие практики», участникам которой было представлены всероссийское исследование по теме социального партнёрства, а также примеры взаимодействия в этой сфере. Собравшиеся обсудили особенности развития межсекторного партнерства в России, а также познакомились с современными практиками в этой сфере. Организатор – Центр развития филантропии «Сопричастность» при поддержке «Нестле Россия».

Александр Горелик, директор Информационного центра ООН в Москве, говоря о глобальных тенденциях межсекторного взаимодействия, остановился на том, как современный бизнес относится к концепциям устойчивого развития: «Сегодня в бизнес-сообществе уже довольно широко распространено убеждение, что здоровое общество и здоровые рынки – две стороны одной медали. Недаром к концепции устойчивого развития выпукло добавилась концепция корпоративной устойчивости».

Тему создания общих ценностей продолжил Сергей Мартыщенко, руководитель программ некоммерческой организации Evolution & Philanthropy: «Основу любой совместной деятельности составляют отношения, которые складываются постепенно и требуют времени, сил и терпения. Партнёрство должно пройти этап тщательной разработки: определения целей и задач, планирования действий каждого участника, определения вкладываемых ресурсов, промежуточных и конечных результатов».

Учитывая, что обсуждаемые проблемы, имеют общенациональное значение, участники конференции приняли решение обратиться с резолюцией в органы законодательной и исполнительной власти, Общественную палату, в СМИ. Только политическая воля руководства страны, совместно с усилиями бизнес-сообщества и гражданского общества способны разрушить барьер недоверия к КСО и социальному партнерству, способствовать политической, экономической и социальной стабильности.

Социальное партнерство не только решает общественные проблемы, но и помогает развиваться бизнес-структурам, государству и некоммерческим организациям, считают участники конференции «Бизнес, НКО и власть в социальном партнерстве: тенденции и вдохновляющие практики». Они свидетельствуют, что новый тренд межсекторного взаимодействия сознательно отходит от традиционной иерархической модели.

Руководитель программ некоммерческой организации Evolution & Philantropy Сергей Мартыщенко рассказал, что трендами социального партнерства в настоящее время становятся единые стандарты и подходы, обмен опытом и ресурсами. На смену традиционной иерархии приходит совместное творчество, коллективная работа.

Без социального партнерства нельзя реализовать концепцию создания общих ценностей — новую парадигму отношений между НКО, бизнесом и государством, уверен Мартыщенко. Концепция создания общей ценности подразумевает, что бизнес, НКО и органы государственной власти эффективно взаимодействуют, исполняя свои роли: НКО предоставляет информацию о местных проблемах, бизнес обеспечивает развитие кластеров, государство создает законодательное поле для реализации инициатив.

23 марта 2016 года в рамках Недели российского бизнеса под эгидой Комитета РСПП по корпоративной социальной ответственности и демографической политике и Комитета РСПП по рынку труда и социальному партнерству прошёл Социальный форум «Ответственное взаимодействие бизнеса и власти в интересах социальной стабильности».

Его главными темами стали социальное партнёрство бизнеса и государства в преодолении кризиса и обеспечении дальнейшего развития; влияние демографической ситуации на экономическую и социальную политику; действия на рынке труда; совершенствование системы социального страхования; приоритеты корпоративных социальных инвестиций; развитие социального предпринимательства и расширение участия негосударственного сектора в социальной сфере.

В работе Форума приняли участие Президент РСПП А.Н.Шохин, заместитель Председателя Правительства РФ О.Ю.Голодец, Министр труда и социальной защиты РФ М.А.Топилин, Председатель ФНПР М.В.Шмаков, Руководитель Роструда В.Л.Вуколов, Председатель ФСС России А.С.Кигим, представители федеральных органов исполнительной власти, общероссийских отраслевых объединений работодателей и профессиональных союзов, компаний и экспертного сообщества, всего - более 350 человек.

Открывая Форум, Президент РСПП Александр Шохин обозначил вопросы, актуальные для диалога бизнеса и государственных структур в современной ситуации и на перспективу. В числе важнейших на сегодняшний день для бизнеса проблем он отметил ограниченный доступ к финансовым ресурсам, обратил внимание на одно из основных препятствий для развития компаний - дефицит квалифицированных кадров на рынке труда, подчеркнул важность повышения информационной открытости как бизнеса, так и государственных структур, прозрачности принятия ими общественно значимых решений.

8 апреля 2016 года в Москве прошло награждение «Лучших социальных проектов России» за 2015 год. Проект «Двигаем Урал в России и в мире» уже второй раз получил звание «Лучший социальный проект России» в одной из номинаций.

Главной темой звучало развитие КСО компаний (корпоративной социальной ответственности). КСО — это концепция, отражающая добровольное решение компаний участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды. Заострялось внимание участников, что компании должны не только заниматься сиюминутной собственной экономической выгодой, то ради чего они и были созданы, но и возложить на себя социальную ответственность за наш город, регион и страну.

Многие компании помогают детским домам и лицам социально незащищенным. Но их работа больше похожа на «и так сойдет». Т.е. компания просто выделила деньги на сбор одежды или проведение праздника в детском доме и все, считая, что их миссия в этом закончилась.

В рамках круглого стола, обсуждалась тема объединения всех компаний, действующих в рамках близких друг к другу проектов.

ГЛАВА 3. Зарубежный опыт социального партнерства власти и бизнеса

3.1. **Плюралистическая модель взаимодействия власти и бизнеса за рубежом**

Система взаимодействия государства и бизнеса в разных странах функционирует по-разному. Несмотря на то, что речь идет о странах с развитыми рынками, список различий выглядит достаточно длинным. Эти различия порождаются такими факторами, как исторически сложившимся характером отношений между обществом и государством, традициями разрешения деловых конфликтов, преобладающими типами экономического поведения населения, уровнем политической культуры, распределением ресурсов между различными институтами. Определенное соотношение данных характеристик и вытекающих из них способов взаимодействия в обществе составляют содержание понятия «модель взаимодействия «бизнес-государство».

В современной капиталистической экономике действуют две принципиально отличные друг от друга модели взаимодействия бизнеса и власти: плюралистическая и неокорпоратистская. В действительности ни одна из них не действует в чистом виде.

Плюралистическая модель методологически исходит из того, что части общественной системы находятся в координационной зависимости, а значит, исключается доминантная роль какой-то одной части целостной системы. Совокупное воспроизводство целостной жизни общества возможно лишь при участии в нем всех типов и видов общественного производства, что не исключает наличия субординационных связей между ними. Однако именно материальное производство создает жизнеобеспечивающие продукты, от которых зависит не только функционирование общества, но и физическое выживание каждого конкретного индивида. Следовательно, все прочие виды общественного производства должны служить средством его оптимизации и дальнейшего развития. Таким образом, для плюралистической модели характерна деятельность государства в интересах всего капиталистического класса. Благодаря фактической равноудаленности от основных финансово-экономических групп, государство может действовать в интересах системы в целом, обеспечивая ее стабильность, возможность пребывать в относительном равновесии. Если система отклоняется от равновесия и попадает в кризисную полосу, государство корректирует возникающие перекосы.

Плюралистическая модель взаимодействия власти и бизнеса базируется на англо-американской традиции, сформировавшейся в контексте следующих культурно-исторических особенностей[[38]](#footnote-38).

Индивидуализм как преобладающий принцип социально-экономического поведения основной части населения. Большинству экономически активного населения Великобритании и в особенности США присуща ориентация на личный успех, буквально «культ успеха», прежде всего в бизнесе, и высокая степень готовности принять на себя серьезные риски, связанные с достижением успеха и высокого личного уровня материального благосостояния[[39]](#footnote-39).

Конкуренция рассматривается как непременное условие и движущая сила развития. Основой деловой этики и системы регулирования считается создание условий для конкуренции всех экономических агентов, а сама конкуренция рассматривается, как базисный принцип экономического развития и попытки ее ограничить воспринимаются как покушение на «американскую мечту», принцип «равных возможностей для всех».

Несмотря на возросшее за последние два десятилетия внимание к социальной ответственности бизнеса, прибыль рассматривается как основной показатель его успешности, перевешивая все остальные.

Государство традиционно рассматривается как внешняя сила, роль которого заключается в выработке (совместно с бизнесом) правил регулирования, разрешении конфликтов, с которыми не может справиться само деловое сообщество (сильна тенденция к саморегулированию бизнеса), и поддержке национального бизнеса на международных рынках.

Несмотря на развитые механизмы саморегулирования, очень широкое распространение в качестве метода разрешения конфликтов в бизнесе получили судебные тяжбы между различными группами участников корпоративных отношений.

Таким образом, основными элементами плюралистической модели взаимодействия бизнеса и государства являются:

* множество существующих групп давления, конкурирующих между собой за влияние на политику;
* лидерство в группах давления, адекватно учитывающее реакцию своих членов;
* государство, которое остается независимым от групп давления, в то время как они могут продолжать выдвигать ему свои предложения и некоторые из этих предложений могут быть даже институционализированы.

Большая часть взаимоотношений бизнеса и государства принимает форму сделок между частным бизнесом и властью в лице политиков и чиновников. Власть бизнес-ассоциаций в плюралистической системе является строго ограниченной тем условием, что если они разочаруют хотя бы меньшую часть своих членов, принимая позицию, с которой эти члены не согласны, то эти фирмы, скорее всего, покинут эту ассоциацию, тем самым, ослабив ее сокращением доходов и снижением доверия представлять интересы бизнеса в целом. В плюралистических системах корпорации остаются членами ассоциаций только до тех пор, пока они убеждены, что их членство в отношении доступа к коммерчески полезной информации или политического представительства стоит затраченных ими денег, и способствует увеличению их капитализации. Бизнес-ассоциации обладают небольшой или не обладают никакой властью совершать какие-либо действия, которые ограничивают их членов.

Во второй половине ХХ века целый комплекс социально-политических учений начал ставить в центр своих разработок понятие корпорации, при этом преподнося его в контексте борьбы/взаимодействия с государством. Таким образом, под корпорацией понимается относительно замкнутая структура, обладающая экономическим характером, но в процессе своего развития приобретающая определенную политическую роль, которая может выражаться как в прямом влиянии на сферу социальной политики, так и в создании определенных правил игры для достаточно большого количества участников - правил, похожих на политические. Именно на этой основе стали популярны теории корпоративного государства, ядром которых является тезис, что в современном обществе корпорации заменяют государства и являются новой формой гражданского союза. Отсюда можно говорить о вторжении корпорации в область государства. Однако основной интерес корпоративных образований лежит в области экономической сферы.

3.2. **Корпоратистская модель взаимодействия власти и бизнеса за рубежом**

Корпоратистская или неокорпоратистская модель взаимодействия «бизнес-власть» сформировалась в контексте следующих культурно-исторических особенностей:

Ориентация на партнерство и сотрудничество различных профессиональных и социальных групп. Несмотря на некоторое усиление за последние два десятилетия внимания к поощрению индивидуального вклада, основой деловой этики является сотрудничество, а не конкуренция. Большое внимание при формировании управленческих органов в бизнесе уделяется включению в них представителей персонала компании, ее деловых партнеров.

Для значительного большинства экономически активного населения стран континентальной Европы характерны ориентация преимущественно на гарантии достигнутого уровня жизни, предотвращение возможных потрясений и потерь, стремление избежать неудач в бизнесе. Главным считается не успех отдельной личности или компании, а обеспечение стабильности и успешного развития национальной экономики в целом. Не случайно до самого недавнего времени подавляющая часть личных накоплений населения направлялась в банковские депозиты и лишь незначительная часть направлялась на фондовый рынок (приобретение акций). Главный управляющий в компании рассматривается как «первый среди равных», его полномочия в отношении изменения состава управленческой команды ограничены. Сложившаяся деловая этика рассматривает обеспечение прибыльности компании как условие, но не исчерпывающую конечную цель бизнеса. Социальные обязательства считаются чрезвычайно важными, заслуживающими, в случае необходимости, того, чтобы внести изменения в ведение бизнеса.

Конкуренция рассматривается как важное условие развития, которое, однако, не исключает возможности и необходимости ее ограничения в определенных случаях для обеспечения интересов экономики в целом.

Государство в корпоратистской традиции является важным экономическим агентом, обеспечивающим выработку и соблюдение общих «правил игры», а также рассматривается как сила, несущая большие социальные обязательства перед обществом в целом, и имеющая, поэтому, право выдвигать соответствующие требования к бизнесу.

В случае возникновения конфликтов в деловой сфере, предпочтительным способом их разрешения считается достижение договоренности между основными заинтересованными группами. Судебные процедуры рассматриваются как крайний способ разрешения конфликтов в случаях, когда исчерпаны все способы достижения досудебных решений.

Неокорпоратизм предполагает наличие институциональных форм правления, в которой организации, представляющие основные экономические интересы, обычно это профсоюзы и союзы работодателей, получают основные привилегии и возможности участвовать в разработке законопроектов и политических решений в обмен на принятие ответственности и обязательств по содействию государству в управлении обществом. Комбинация разделения функций в представительстве и управлении находится в центре корпоративизма. Корпоративные организации также вовлечены в установку стандартов и условий для производства. Сама идея, что организации, которые принимают участие в корпоратистских соглашениях, получают гарантированный статус монополии от государства, является фундаментальной для современного концепта и контрастирует с обычным ожиданием плюралистической политики о том, что всегда будут возникать новые конкурирующие интересы.

В неокорпоратистских обществах долгосрочные образцы исторического развития создали сильные централизованные профсоюзы и организации работодателей, которые делают очень привлекательным партнерство с государством. Отдельные профсоюзы допустили значительное участие власти в своей деятельности, чтобы контролировать соглашения по зарплате и получать разрешения на забастовки. Работодатели вверили своим ассоциациям полномочия по принятию решений не только в отношении зарплаты, но также и в такой области как политика по защите окружающей среды.

В свое время (обычно в период экономических кризисов) и Британия и даже США прибегали к неокорпоратизму. В Британии как консервативные, так и лейбористские правительства образовывали неокорпоратистские институты, такие как Совет по развитию национальной экономики (NEDC)[[40]](#footnote-40), который свел вместе правительство, профсоюзы и союзы работодателей для обсуждения экономической политики. В США как в период «Великой депрессии» в 30-е годы, так и во время кризиса в 70-е были предприняты попытки использовать некоторые механизмы неокорпоратистской практики. Однако тэтчеристы в Британии считали, что экономика будет процветать лишь при ограничении власти профсоюзов. Проявляя беспокойство по поводу обладания профсоюзами неумеренной властью, в формирование политики в Британии в 70-ые гг. были включены организации работодателей. В США еще меньше одобряют тесное партнерство между группами интересов, такими как профсоюзы и правительство. Такие партнерства почти всегда рассматриваются, как противозаконные попытки завоевать неограниченное влияние, благодаря «особым интересам»[[41]](#footnote-41).

Существует широко принятое разделение на неокорпоратистские страны по методу Ф.Шмиттера: Дания с небольшим отрывом следует после Швеции, Норвегии, Нидерландов. Эти страны традиционно ставились с одного края спектра, а США с другого. Тем не менее, существуют разногласия по вопросу: почему некоторые страны более неокорпоратистские, а другие менее. По мнению Ф. Шмиттера, наибольших успехов в реализации неокорпоратистской модели, правда в ее более «социетальном», т.е. идущем «снизу» варианте, добились малые европейские страны с хорошо организованными ассоциациями интересов и крайне уязвимыми интернационализированными экономиками. Корпоратистские тенденции просматривались особенно отчетливо, если в таких странах имелись мощные социал-демократические партии, сохранялись устойчивые электоральные предпочтения, если они обладали относительным культурным и языковым единством и соблюдали нейтралитет во внешней политике. И, напротив, с наивысшими трудностями в поддержании подобных «общественных договоров» столкнулись страны с более слабой социал-демократией, менее постоянным в своих предпочтениях электоратом и глубокими расхождениями в подходах к решению военных вопросов и проблем безопасности[[42]](#footnote-42).

Неокорпоратизм на национальном уровне нуждается в существовании развитых, централизованных и сплоченных экономическими интересами группами. Если трехсторонние соглашения заключаются между профсоюзами, государством и бизнесом, то должно быть четкое соглашение о том, кому дается право говорить об их интересах и должна быть определена организация, которая будет обладать полномочиями, выступать от лица ее членов. С этой точки зрения, в США никогда не существовало четкого ответа на вопрос: какая организация выступает от лица ее членов, так как бесчисленное количество организаций соревнуются за эту роль. В Великобритании, например, в общих рамках существовал достаточно четкий ответ на вопрос о том, кто представляет интересы работодателей и профсоюзов (соответственно - Конфедерация британской промышленности (CBI) Британский конгресс тред-юнионов (TUC). Однако возможности этих организаций заключать обязательные соглашения от лица ее членов была достаточно жестко ограничена.

По мнению Грэма Уилсона, неокорпоратизм развился там, где он был вписан в общий тип управления. Со временем участие монопольных, ориентированных на централизацию экономических групп проведения публичной политики становилось не только дозволенным, но и законодательно разрешенным путем выработки политических стратегий. Альтернативной перспективой, тем не менее, является то, что государство может поощрять развитие и поддерживать существующую структуру представительства групп интересов.

Расцвет неокорпоратизма пришелся на 60-е годы, но уже в начале, и особенно, в середине 70-х годов трипартистская система стала переживать серьезный кризис, главной причиной которого явился прогрессирующий «износ» индустриализма и сопутствующие ему изменения в социальной структуре и общественных отношениях. Такие «постматериальные» прогрессирующие интересы или отношения как защита окружающей среды и права женщин стали более актуальными.

В первую очередь этот «износ» стал обнаруживаться в снижении доли обрабатывающей промышленности в экономике и быстром росте сферы услуг, в том числе информационных, что привело к резкому сокращению численности рабочих физического труда, и росту доли «белых воротничков» - лиц, занятых в офисах, медицинских, образовательных, научных учреждениях, торговле, а также в высокотехнологичных производствах и отраслях. На уровне групп интересов все эти изменения вызывали сначала падение численности профсоюзов, а вскоре и глубокий, системный их кризис, а также кризис союзной с ними социал-демократии. В то же время роль и влияние организаций бизнеса, особенно крупных корпораций, продолжали возрастать. Сочетание всех этих факторов привело к тому, что во второй половине 70-х годов трипартистская система начала приходить в упадок: бизнес и власть, почувствовав ослабление рабочего движения, стали все явственнее игнорировать профсоюзы и взаимодействовать между собой напрямую[[43]](#footnote-43).

**3.3. Анализ моделей взаимодействия власти и бизнеса**

Анализ основных моделей взаимодействия бизнеса и государства показывает, что каждая из них сложилась в специфических культурных, экономических и социальных условиях, каждая имеет свои сильные и слабые стороны. В то же время с 90-х годов все более широкое распространение среди представителей международных деловых кругов, и особенно портфельных инвесторов получило мнение о том, что англо-американская (плюралистическая) модель, или, по крайней мере, такие ее важные характеристики, как высокая степень информационной прозрачности компаний и большое внимание к защите миноритарных инвесторов, создает более благоприятные условия для привлечение портфельных инвестиций. Однако, на мой взгляд, в значительной степени это мнение основывается на подходе институциональных инвесторов, большинство из которых представляют американские институты, которые стремятся работать в максимально привычных для себя условиях. Эти инвесторы распоряжаются явно преобладающей долей мировых инвестиционных ресурсов, поэтому неудивительно, что их подходы получают достаточно широкое распространение[[44]](#footnote-44).

Изучение данного опыта является актуальным для российской действительности, так как данные модели гарантируют развитие основных составляющих региональной инновационной системы:

* устойчивое финансирование инвестиционной и инновационной деятельности;
* минимизацию инвестиционных рисков;
* эффективное функционирование институтов, обеспечивающих распространение инноваций как в отраслевом, так и в территориальном разрезе.

В условиях мирового финансового кризиса совместная работа государственной власти и бизнес-сообщества по приоритетным вопросам особенно важна. Несмотря на сложные условия, в которых все оказались, бизнес активно обращается к государству с инициативой совместного сотрудничества в решении проблем социально-экономического развития. Бизнес надеется включиться в дискуссию о путях пенсионной реформы и перехода всех социальных взаимоотношений на страховые принципы. Для бизнеса принципиально важно, чтобы его воспринимали не только как предпринимателей, которые говорят, что не надо что-то делать – повышать налоги и так далее, но воспринимали как конструктивного партнёра.

Социальные проблемы волнуют бизнес не меньше, чем государство, а пенсионная реформа является приоритетом номер один. Бизнес-сообщество надеется быть не просто вовлеченным в обсуждение общего направления стратегии пенсионной реформы, но и в обсуждение тех деталей, в которых могут прятаться и проблемы для бизнеса. Бизнес понимает необходимость принятия на себя части ответственности, связанной с активной политикой на рынке труда, в системе профессионального образования, в частности в разработке профессиональных стандартов, в разработке технических регламентов и технических стандартов. То есть объединения работодателей вполне могут получить часть полномочий от государства, но, естественно, они должны доказать свою способность решать эти задачи. Таким образом, состояние диалога бизнеса с государством и его результаты можно оценить как позитивное.

Во многих странах мира отношения между государством и бизнесом являются мощным источником развития экономических систем и решения социальных проблем. Взаимодействие бизнеса и власти, отражающее интересы общества, является важнейшим фактором устойчивого развития страны.

Анализ мирового опыта свидетельствует о том, что степень участия государства в экономике зависит не только от текущего состояния народного хозяйства, но и особенностей стран, а взаимоотношения бизнеса и государства могут осуществляться в разных формах:

* в скандинавских странах, где процесс регулирования носит распределительный характер - через социальные программы;
* в Италии или Франции - через владение государством крупными экономическими активами;
* в Англии национализированы некоторые отрасли народного хозяйства;
* в США власть влияет на экономику через финансово-кредитную сферу. Однако этот вариант регулирования, еще до недавнего времени считающийся наиболее приемлемым, потерпел полное фиаско и вызвал мировой финансовый кризис.[[45]](#footnote-45)

Государственное регулирование применяется в развитых странах с разной степенью активности. Даже при высоком уровне развития экономики государство никогда полностью не отстраняется от экономических процессов в стране. В кризисные периоды государство действует более активно, в периоды стабильности и роста - менее.

Социальная ответственность бизнеса – это система социального партнерства бизнеса и общества. Как реализуется эта система? Очевидно, что она реализуется через инвестиции и бизнес-проекты, которые чаще всего направлены на охрану здоровья, здоровый образ жизни, безопасность труда, развитие персонала, то есть на внутренние вложения в социальные активы. Это одна часть. И вторая часть – природоохранная деятельность и ресурсосбережение, поддержка и развитие местного сообщества, развитие социальной инфраструктуры. Эти социальные вложения условно можно назвать внешними. В настоящее время бизнес берет на себя финансирование тех областей, до которых у государства, как мы говорим, «руки не доходят».

Если дальше говорить о самом понимании феномена социальной ответственности, то, мне кажется, необходимо выяснить принципы социальной ответственности бизнеса, наметить какие-то приоритеты российского предпринимательства в социальных программах, определить факторы, необходимые для эффективного продвижения таких программ. Но даже решение этой теоретической проблемы не сглаживает остроты противоречия с принципами управления компанией, и такое отвлечение средств на социальные программы не совсем согласуется со стремлением акционеров получить максимальную прибыль. Найти оптимальный баланс между интересами конкретных акционеров и интересами общества – главная задача, которую приходится решать менеджменту компаний. Важнейшей проблемой взаимодействия бизнеса и власти является определение степени ответственности каждого из субъектов за решение социальных проблем и социальное развитие общества.

Таким образом, эффективное взаимодействие государства и бизнеса возможно только при наличии взаимовыгодных условий. Взаимодействие между бизнесом и государством обусловлено как невозможностью выполнения своих социально-экономических функций со стороны государства без бизнеса, так и невозможностью эффективного развития бизнеса без поддержки государства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Стратегия взаимодействия власти и бизнеса должна носить взаимовыгодный характер. В моей работе были выделены выгоды, которые имеют место при социальном партнерстве. Так в результате такого их взаимодействия как социальное партнерство, для власти в значительной степени решается вопрос социальной напряженности в обществе, растут доходы регионального бюджета, для бизнеса растет инвестиционная привлекательность, появляется возможность налоговых льгот, повышается лояльность отношения власти к данному бизнесу. А в результате всего этого взаимодействия развивается человеческий капитал определенной территории, так как работает бизнес, следовательно, есть рабочие места, то есть снижается уровень безработицы и как следствие повышается материальный уровень граждан.

При этом и на власть и на бизнес, конечно же, накладываются определенные функции. Так региональные власти должны выступать гарантом защиты прав человека, осуществлять производство общественных благ и услуг, определять направления социальной и иной политики для развития региона, стоять на защите социально-экономических, политических интересов данной территории. Для бизнеса социальное партнерство оборачивается вложениями в благоустройство той территории, где действует данный бизнес, развитие ее инфраструктуры, участием в социальных программах, проводимых местными органами власти.

Конечно же взаимодействие бизнеса и власти в результате социального партнерства должно основываться на определенных принципах. Прежде всего к таким принципам относится взаимовыгодный характер партнерства, что нами было определено ранее. Также социальное партнерство должно опираться на его добровольный характер. Но в то же время этот принцип дополняется принципами обязательности, контроля и ответственности сторон за взятые на себя обязательства. К тому же далеко не всегда социальное партнерство основывается на добровольном характере, поскольку власть может очень сильно влиять на развитие определенного бизнеса принятием конкретных решений в его отношении, а также скоростью принятия таких решений. Поэтому добровольность социального партнерства, по крайней мере, для бизнеса скорее является лишь декларационной.

В моей работе были предложены некоторые направления совершенствования взаимодействия органов государственной власти и бизнеса, которые вытекают из принципов социального партнерства. Так к таким направлениям можно отнести совершенствование нормативно-правовой базы социального партнерства, разработку стандартов и правил, которые были бы законодательно закреплены. Затем необходимо искать инструменты мотивации финансирования проектов бизнесом, разрабатывать системы привлечения бизнеса к совершенствованию государственно-муниципального управления, для того чтобы у бизнеса была реальная возможность представлять свои интересы в органах государственной власти. А для реализации всех этих и других направлений совершенствования необходимо в первую очередь наладить устойчивые коммуникационные связи с представителями государственных органов власти.

Ко всем проблемам нужен комплексный подход, так и социальное партнерство требует этого. Необходимо рассматривать все точки зрения и приходить к единому мнению, одинаково выгодному как органам власти, так и представителям бизнес-сообщества. Только тогда наше общество может чувствовать себя защищенным в социальном, материальном планах, только тогда можно говорить о развитии общества как такового.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.

1. Алексеева, Е.Ю. «Трехсторонние» отношения власти, бизнеса и общества в современной России / Е.Ю. Алексеева // Социология власти. – 2007. - № 5. – с.97-105

2. Алексеева, О. Корпоративная социальная ответственность в России: взросление в неблагоприятном окружении / О. Алексеева // Seal. Зима. – 2003. – С. 5.

3. Апарина, Н. Взаимодействие региональной администрации и бизнеса в процессе использования ресурсов региона / Н. Апарина, М. Курбатова // Вопросы экономики. - 2003. - №11. - С. 111.

4. Бизнес и власть – на пути социального партнерства // Аргументы и факты на Дону. – 2009. - №12. – с.4.

5. Благов, Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление / Ю.Е. Благов // Российский журнал менеджмента. – 2004. –Т.2. – №3. – С. 17–34.

6. Бондаренко, Е.Ю. Региональная стратегия частно-государственного партнерства: мировой опыт и российская практика / Е.Ю. Бондаренко. – М.: Научная книга. – 2008.

7. Варнавский, В.Г. Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски / В.Г. Варнавский. – М.: Наука. – 2005. – с.91

8. Виноградова, Е.Ю. Корпоративная социальная ответственность в России: популистский лозунг или императив современности? / Е.Ю. Виноградова // Теория и практика управления: новые подходы. Выпуск шестой – М.: Университетский гуманитарный лицей. – 2006. – с.30-39

9. Горецкий, А. Бизнес и власть: социальное партнерство / А. Горецкий // Волга-Бизнес. – 2007. - №10. – с.15-17

10. Ивченко, С. Государственное управление в ХХI веке: концепции, методы, технологии / С. Ивченко, В. Якимец // Бизнес и общество. – 2003. – № 16. – С. 53-55.

11. Казаков, М. Ю. К вопросу о социальной ответственности предпринимательства в системе муниципального менеджмента / М.Ю. Казаков // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – Ростов н/Д, 2008. – Т.6. - №3. – с.167-170

12. Казаков, М.Ю. Государственная поддержка предпринимательства: региональный аспект / М.Ю. Казаков // Молодые гвардии Ставрополья: сб. науч. тр. – Ставрополь: АГРУС, 2005. – с.178-181

13. Казаков, М.Ю. К вопросу о комплексных мерах государственной поддержки предпринимательства / М.Ю. Казаков, А.В. Гладилин // Современное предпринимательство: социально-экономическое измерение: монография / А.В. Гладилин, С.М. Беличенкина, О.А. Исупова и др.; под общ. ред. проф. О.И. Кирикова. – Воронеж: ВГПУ, 2005. – Кн.12. – с.5-16.

14. Казаков, М.Ю. Модели взаимоотношений властных и предпринимательских структур в региональной экономике / М.Ю. Казаков / Актуальные проблемы социально-экономического развития региона: теория, методология, практика: сб. науч. тр. – Ставрополь: АГРУС, 2006. – с.5-9

15. Казаков, М.Ю. Обоснование необходимости социально-экономического взаимодействия муниципальных властных и предпринимательских структур / М.Ю. Казаков, А.В. Гладилин // Государственное и муниципальное управление в условиях формирования гражданского общества и рыночной экономики: опыт, проблемы, перспективы: материалы Четвертой Всероссийской научно-практической конференции. Ч.1. Центр анализа и прогнозирования. – Челябинск, 2006. – с. 113-117.

16. Казаков, М.Ю. Организация местного самоуправления как условие социально-экономического развития территорий / М.Ю. Казаков // Экономика регионов: тенденции развития: монография / Н.К. Васильева, И.В. Гелета, Е.И. Костюкова и др.; под общ. ред. проф. О.И. Кирикова – Воронеж: ВГПУ, 2007. – Кн.3. – с.34-47

17. Казаков, М.Ю. Особенности взаимодействия бизнеса и власти на современном этапе / М.Ю. Казаков // Российское предпринимательство. – М., 2005. - №2. – Вып.1. – с. 34-39

18. Казаков, М.Ю. Особенности проявления социальной ответственности предпринимательства на муниципальном уровне / М.Ю. Казаков // Развитие инновационной экономики: проблемы, пути решения: сб. науч. тр. – Ставропольбоанкиздат, 2008. – с.73-77

19. Казаков, М.Ю. Предпринимательство и местная власть: социальное измерение / М.Ю. Казаков, А.В. Гладилин // Современное предпринимательство: социально-экономическое измерение: монография / Н.Б. Андренов, А.В. Гладилин, И.М. Колесников и др.; под общ. ред. проф. О.И. Кирикова – Воронеж: ВГПУ, 2006. – Кн.14. – с.185-200

20. Качанов, Ю.Л. Социологический casus: «социальная группа предпринимателей» / Ю.Л. Качанов // СОЦИС. – 1999. - №9. – с. 33-40

21. Кашаев, Р.А. К вопросу о взаимодействии бизнеса и власти / Р.А. Кашаев // Приоритеты социально-экономического развития: перспективы и прблемы выбора. Материалы научно-практической конференции ЦПЭИ АН РТ (октябрь 2006). Казань: ЦПЭИ АН РТ, 2006. – с.103-106.

22. Кашаев, Р.А. Реализация социальной функции государства и бизнеса в трансформирующейся экономике / Р.А. Кашаев // Экономические науки. – 2007. - №9. – с. 86-90

23. Кашаев, Р.А. Роль государства в развитии предпринимательства / Р.А. Кашаев // Социально-экономические проблемы становления и развития рыночной экономики. Сборник докладов итоговой научно-практической конференции КГФЭИ. Казань: Изд-во КГФЭИ, 2007. – с.200-201.

24. Ковалев, В.А. Региональная власть и бизнес: проблемы взаимодействия / В.А. Ковалев, П.П. Кротов // СОЦИС. – 2004. - №7. – с. 95-104

25. Курбатова, М. Деформализация правил взаимодействия власти и бизнеса / М. Курбатова, С. Левин // Вопросы экономики. – 2005. – № 10. – С. 120.

26. Пущин, К. Социальное партнерство – как лесное братство / К. Пущин // www.rosbalt.ru.

27. Садков, В. О модели социального партнерства в регионах России / В. Садков, О. Кузнецова // Общество и экономика. – 2007. – № 4. –С. 125.

28. Соболева, А.В. Малое предпринимательство в России периода экономической трансформации, 1991-1993 / А.В. Соболева // Социальные науки: реферативный сборник. – Вып. 1. – Нижний Новгород: НИСОЦ, 2004. – с. 10-15.

29. Споры о бедности // Социальное обеспечение. – 2005. – № 5. – С. 28.

30. Управление социальными программами компании / Под ред. С.Е. Литовченко. – М.: Ассоциация менеджеров. – 2003. – с.112.

31. Векслер А.Ф., Тульчинский Г.Л., Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность. – Нижний Новгород, 2002.

32. Вестник С. Петербургского университета. Сер. Менеджмент. – 2002. - №3. – С. 27 – 50.

1. Садков, В. О модели социального партнерства в регионах России / В. Садков, О. Кузнецова // Общество и экономика. – 2007. – № 4. –С. 125 [↑](#footnote-ref-1)
2. Варнавский, В.Г. Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски / В.Г. Варнавский. – М.: Наука. – 2005. – с.91 [↑](#footnote-ref-2)
3. Бизнес и власть – на пути социального партнерства // Аругменты и факты на Дону. – 2009. - №12. – с.4 [↑](#footnote-ref-3)
4. Казаков, М.Ю. Модели взаимоотношений властных и предпринимательских структур в региональной экономике / М.Ю. Казаков / Актуальные проблемы социально-экономического развития региона: теория, методология, практика: сб. науч. тр. – Ставрополь: АГРУС, 2006. – с.5-9 [↑](#footnote-ref-4)
5. Кашаев, Р.А. Роль государства в развитии предпринимательства / Р.А. Кашаев // Социально-экономические проблемы становления и развития рыночной экономики. Сборник докладов итоговой научно-практической конференции КГФЭИ. Казань: Изд-во КГФЭИ, 2007. – с.200-201. [↑](#footnote-ref-5)
6. Апарина, Н. Взаимодействие региональной администрации и бизнеса в процессе использования ресурсов региона / Н. Апарина, М. Курбатова // Вопросы экономики. - 2003. - №11. - С. 111. [↑](#footnote-ref-6)
7. Споры о бедности // Социальное обеспечение. – 2005. – № 5. – С. 28. [↑](#footnote-ref-7)
8. Качанов , Ю.Л. Социологический casus: «социальная группа предпринимателей» / Ю.Л. Качанов // СОЦИС. – 1999. - №9. – с. 33-40 [↑](#footnote-ref-8)
9. Казаков, М.Ю. Предпринимательство и местная власть: социальное измерение / М.Ю. Казаков, А.В. Гладилин // Современное предпринимательство: социально-экономическое измерение: монография / Н.Б. Андренов, А.В. Гладилин, И.М. Колесников и др.; под общ. ред. проф. О.И. Кирикова – Воронеж: ВГПУ, 2006. – Кн.14. – с.185-200 [↑](#footnote-ref-9)
10. Курбатова, М. Деформализация правил взаимодействия власти и бизнеса / М. Курбатова, С. Левин // Вопросы экономики. – 2005. – № 10. – С. 120. [↑](#footnote-ref-10)
11. Казаков, М.Ю. Особенности взаимодействия бизнеса и власти на современном этапе / М.Ю. Казаков // Российское предпринимательство. – М., 2005. - №2. – Вып.1. – с. 34-39 [↑](#footnote-ref-11)
12. Горецкий, А. Бизнес и власть: социальное партнерство / А. Горецкий // Волга-Бизнес. – 2007. - №10. – с.15-17 [↑](#footnote-ref-12)
13. Бондаренко, Е.Ю. Региональная стратегия частно-государственного партнерства: мировой опыт и российская практика / Е.Ю. Бондаренко. – М.: Научная книга. – 2008. [↑](#footnote-ref-13)
14. Казаков, М. Ю. К вопросу о социальной ответственности предпринимательства в системе муниципального менеджмента / М.Ю. Казаков // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – Ростов н/Д, 2008. – Т.6. - №3. – с.167-170 [↑](#footnote-ref-14)
15. Ивченко, С. Государственное управление в ХХI веке: концепции, методы, технологии / С. Ивченко, В. Якимец // Бизнес и общество. – 2003. – № 16. – С. 53-55. [↑](#footnote-ref-15)
16. Экономический словарь. - М., 1996. - С. 33 [↑](#footnote-ref-16)
17. Розенков Д.А. Управление развитием отношений бизнеса, общества и государства в современной экономической системе. Автореферат д.э.н. – М., 2007 [↑](#footnote-ref-17)
18. Волгин Н.А., Егорова В.К. «Социальная корпоративная политика: проблемы, опыт, перспективы» (учебное пособие) - М., 2002 [↑](#footnote-ref-18)
19. Бунич А. Российское правительство должно вернуться в российскую экономику // Политком.ру Информационный сайт политических комментариев [↑](#footnote-ref-19)
20. Гуринович В. Проблемы и перспективы социального заказа // Интернет-газета Центра социального партнерства - Специальный выпуск к дискуссии «Развитие механизмов социального партнерства». – 2003. - № 20 [↑](#footnote-ref-20)
21. Государство и негосударственные некоммерческие организации: формы поддержки и сотрудничества. - М.: «СИГНАЛЪ», 1997. - 176 с. [↑](#footnote-ref-21)
22. Социальный заказ по-пермски // сайт Пермского регионального правозащитного центра [↑](#footnote-ref-22)
23. Кашаев, Р.А. К вопросу о взаимодействии бизнеса и власти / Р.А. Кашаев // Приоритеты социально-экономического развития: перспективы и прблемы выбора. Материалы научно-практической конференции ЦПЭИ АН РТ (октябрь 2006). Казань: ЦПЭИ АН РТ, 2006. – с.103-106. [↑](#footnote-ref-23)
24. Ковалев, В.А. Региональная власть и бизнес: проблемы взаимодействия / В.А. Ковалев, П.П. Кротов // СОЦИС. – 2004. - №7. – с. 95-104 [↑](#footnote-ref-24)
25. Виноградова, Е.Ю. Корпоративная социальная ответственность в России: популистский лозунг или императив современности? / Е.Ю. Виноградова // Теория и практика управления: новые подходы. Выпуск шестой – М.: Университетский гуманитарный лицей. – 2006. – с.30-39 [↑](#footnote-ref-25)
26. Алексеева, Е.Ю. «Трехсторонние» отношения власти, бизнеса и общества в современной России / Е.Ю. Алексеева // Социология власти. – 2007. - № 5. – с.97-105 [↑](#footnote-ref-26)
27. Казаков, М.Ю. Казаков, М.Ю. Организация местного самоуправления как условие социально-экономического развития территорий / М.Ю. Казаков // Экономика регионов: тенденции развития: монография / Н.К. Васильева, И.В. Гелета, Е.И. Костюкова и др.; под общ. ред. проф. О.И. Кирикова – Воронеж: ВГПУ, 2007. – Кн.3. – с.34-47 [↑](#footnote-ref-27)
28. Казаков, М.Ю. Особенности проявления социальной ответственности предпринимательства на муниципальном уровне / М.Ю. Казаков // Развитие инновационной экономики: проблемы, пути решения: сб. науч. тр. – Ставропольбоанкиздат, 2008. – с.73-77 [↑](#footnote-ref-28)
29. Казаков, М.Ю. Организация местного самоуправления как условие социально-экономического развития территорий / М.Ю. Казаков // Экономика регионов: тенденции развития: монография / Н.К. Васильева, И.В. Гелета, Е.И. Костюкова и др.; под общ. ред. проф. О.И. Кирикова – Воронеж: ВГПУ, 2007. – Кн.3. – с.34-47 [↑](#footnote-ref-29)
30. Управление социальными программами компании / Под ред. С.Е. Литовченко. – М.: Ассоциация менеджеров. – 2003. – с.112 [↑](#footnote-ref-30)
31. Казаков, М.Ю. К вопросу о комплексных мерах государственной поддержки предпринимательства / М.Ю. Казаков, А.В. Гладилин // Современное предпринимательство: социально-экономическое измерение: монография / А.В. Гладилин, С.М. Беличенкина, О.А. Исупова и др.; под общ. ред. проф. О.И. Кирикова. – Воронеж: ВГПУ, 2005. – Кн.12. – с.5-16. [↑](#footnote-ref-31)
32. Соболева, А.В. Малое предпринимательство в России периода экономической трансформации, 1991-1993 / А.В. Соболева // Социальные науки: реферативный сборник. – Вып. 1. – Нижний Новгород: НИСОЦ, 2004. – с. 10-15. [↑](#footnote-ref-32)
33. Казаков, М.Ю. Обоснование необходимости социально-экономического взаимодействия муниципальных властных и предпринимательских структур / М.Ю. Казаков, А.В. Гладилин // Государственное и муниципальное управление в условиях формирования гражданского общества и рыночной экономики: опыт, проблемы, перспективы: материалы Четвертой Всероссийской научно-практической конференции. Ч.1. Центр анализа и прогнозирования. – Челябинск, 2006. – с. 113-117. [↑](#footnote-ref-33)
34. Казаков, М.Ю. Модели взаимоотношений властных и предпринимательских структур в региональной экономике / М.Ю. Казаков / Актуальные проблемы социально-экономического развития региона: теория, методология, практика: сб. науч. тр. – Ставрополь: АГРУС, 2006. – с.5-9 [↑](#footnote-ref-34)
35. Казаков, М.Ю. Государственная поддержка предпринимательства: региональный аспект / М.Ю. Казаков // Молодые гвардии Ставрополья: сб. науч. тр. – Ставрополь: АГРУС, 2005. – с.178-181 [↑](#footnote-ref-35)
36. Кашаев, Р.А. Реализация социальной функции государства и бизнеса в трансформирующейся экономике / Р.А. Кашаев // Экономические науки. – 2007. - №9. – с. 86-90 [↑](#footnote-ref-36)
37. Благов, Ю.Е. , Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление / Ю.Е. Благов // Российский журнал менеджмента. – 2004. –Т.2. – №3. – С. 17–34. [↑](#footnote-ref-37)
38. Семенов Ю. Западная Европа: развитие капитализма вглубь (XVI—XIX вв.) // http://scepsis.ru/library/id1946.html [↑](#footnote-ref-38)
39. Зудин А.Ю. Ассоциации в системе отношений бизнеса и государства. «Классические» и современные формы в странах Запада // Прогнозис, — 2009. — № 2(18). — C. 241—287. [↑](#footnote-ref-39)
40. Зудин А.Ю. Ассоциации в системе отношений бизнеса и государства. «Классические» и современные формы в странах Запада // Прогнозис, — 2009. — № 2(18). — C. 189—197. [↑](#footnote-ref-40)
41. Королев Е.А. Взаимодействие бизнеса и власти на примере политических институтов Европейского Союза: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук. М., 2009. — 28 с. [↑](#footnote-ref-41)
42. Шмиттер Ф. Неокорпоративизм // Полис. 1997. № 2. [↑](#footnote-ref-42)
43. Ганжа И. Трансформация взаимодействия власти и бизнеса за рубежом в

    условиях формирования рынка проектов государственно – частного партнерства

    // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2012. №2. С. 254-259 [↑](#footnote-ref-43)
44. Рисин И.Е., Колосов А.С. Государственно – частное партнерство в США: уроки для России // В сборнике: Актуальные проблемы развития территорий и систем регионального и муниципального управления Материалы 8-ой Международной научно-практической конференции. под редакцией: И.Е. Рисина. 2013. С. 100-102. [↑](#footnote-ref-44)
45. . Политический атлас современности: Опыт многомерного анализа политических систем современных государств. М.: МГИМО-Университет, 2007. 272 с. [↑](#footnote-ref-45)