

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Саратовский национальный исследовательский
государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»
Балашовский институт (филиал)

Кафедра экономики и права

**ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЛАСТИ, БИЗНЕСА И
ОБЩЕСТВА КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 5 курса 51 К группы
направления подготовки 38.03.01 «Экономика»
факультета математики, экономики, информатики
Ячменева Евгения Андреевича

Научный руководитель
кандидат исторических наук,
доцент _____ В.В. Назаров
(подпись, дата)

Зав. кафедрой экономики и права
кандидат исторических наук,
доцент _____ В.В. Назаров
(подпись, дата)

Балашов 2017

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Современные преобразования в России приобретают тенденцию развития демократических основ гражданского общества и усиления социальной направленности рыночной экономики.

В этой связи особого внимания, как в теоретическом, так и в практическом аспектах заслуживают проблемы формирования гражданского общества, эффективного государства и социально ответственного бизнеса, а так же взаимоотношения власти, бизнеса и общества.

Во многих странах мира отношения между властью, бизнесом и обществом являются мощным источником развития экономических систем и решения социальных проблем.

Степень разработанности проблемы. Несмотря на свою актуальность, проблема до сих пор остаётся в стороне от магистральных исследований экономической науки. Рассматриваемой теме посвящены как отечественные, так и зарубежные публикации.

Концептуальные и практические аспекты взаимодействия бизнеса и власти разрабатываются российскими исследователями П. Авеном, Ю.Алексеевым, М. Борисовым, А.Гапоненко, С. Глазьевым, Г. Горлановым, М.Горшковым, Ю.Дульщиковым, Б.Злобиным, В.Ишаевым, М.Каминской, В.Колесовым, П.Минакером, В.Орешиним, Ю.Осиповым, А.Панкрухиным, Д. Розенковым, П.Смолянским, В.Савченко, С. Стрижовым, В.Тимченко, В.Уколовым, С.Хорзовым, В.Чаловым, И.Чернявским, Ю.Швырковым, Ф.Шамхаловым, В.Яковлевым и другими.

Среди зарубежных специалистов, преуспевших в исследовании проблемы, можно выделить труды С. Блэка, Г. Боуэна, М. Веласкеса, П. Друкера, К. Дэвиса, Р. Кантильона, Б. Карлофа, А. Керолла, Ф. Котлера, Дж. МакГуира, М. Палацци, Г. Райффа, С. Сети, Д. Старчера, Г. Фишера, М. Фридмана, Р.Хэйвуда, Т. Шеллинга, Й. Шумпетера, У. Юри и других.

Цель исследования: выявить эффективные механизмы взаимодействия власти, бизнеса и общества

Задачи исследования:

1. Рассмотреть социальное партнерство как технологию взаимодействия власти, бизнеса и общества в России и за рубежом;
2. Охарактеризовать бизнес и власть как субъекты социальной ответственности;
3. Выявить основные механизмы взаимодействия власти, бизнеса и общества в системе социального партнерства.

Объектом исследования: власть, бизнес и общество

Предметом исследования: межсекторальные взаимоотношения как фактор экономического развития и решения социальных проблем.

В качестве **гипотезы** работы выступает предположение, о том, что, при оптимальной организации и использовании разнообразных технологий взаимодействия, власть, бизнес и общество могут стать значимым фактором социально-экономического развития.

Для решения поставленных задач использовалась следующая совокупность **методов исследования:** методы теоретического анализа, анализ статистических данных и документации, анализ и обобщение опыта корпоративной социальной ответственности российских компаний, сравнительный и системный анализ.

Научная новизна и теоретическая значимость заключаются в том, что рассмотрена система межсекторального взаимодействия и на основе анализа международного и российского опыта представлены наиболее эффективные механизмы взаимодействия власти, бизнеса и общества.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использовать положения и выводы, содержащиеся в нём, для более глубокого осмысления проблем и перспектив взаимоотношений власти, бизнеса и общества. Основные идеи исследования дополняют и уточняют теоретические разработки в области межсекторального взаимодействия.

Структура бакалаврской работы обусловлена характером и последовательностью поставленных задач. Квалификационная работа состоит из введения, двух глав, включающих четыре параграфа, заключения и списка использованных источников.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе мы отмечаем, что социально ответственный бизнес возможен только в социально ответственном государстве.

Важное теоретическое значение для практического развития социально ориентированных взаимоотношений бизнеса и власти имеет их моделирование.

Существует трехзонная модель взаимодействия власти и бизнеса, включающая относительно обособленные зоны их взаимодействия: белая, черная и серая.

➤ «Белая зона», охватывает формальные практики, такие как регулирование законодательством налоговых отношений, административного и экономического регулирования бизнеса (регистрации, лицензирования, контроля и принуждения к исполнению установленных норм и т.п.), конкурсы по распределению государственных заказов и т.п. Это зона отношений власти и бизнеса основывается на создании единых правил игры для всех предпринимателей и на неизбирательном их принуждении государством к выполнению данных правил в случае допущенных кем-либо нарушений.

➤ «Черная зона» охватывает неформальные криминальные практики, прежде всего, коррупцию. Отношения этой зоны основаны на индивидуальных корыстных интересах отдельного чиновника, а инструментом достижения интересов предпринимателя оказывается взятка, вовлечение в бизнес чиновника.

➤ «Серая зона» охватывает неформальные практики поборов с бизнеса, непосредственно не связанные с коррупцией и практики его неформального торга с властью относительно условий функционирования конкретного бизнеса. Отношения «серой зоны» основаны на заинтересованности сторон в выживании территории, инструментом

достижения интересов предпринимателя становится добровольный или добровольно-принудительный взнос (в натуральной или денежной форме) в дофинансирование территории его размещения.

Ряд исследователей выделяет несколько основных моделей взаимодействия власти и бизнеса:

➤ Модели «подавления» и «принуждения» предусматривают административное давление. Власть требует от бизнеса определенных вложений в реализацию ее социальных программ и проектов, используя административный аппарат и структуры, призванные осуществлять контроль за деятельностью бизнеса.

➤ Модель «патронажа» предполагает компенсации затрат бизнеса на реализацию социальных программ и проектов за счет определенного доступа для бизнеса к контролируемым властью ресурсам. Эта модель предполагает возможность торга вокруг условий поддержки бизнесом социальных программ и проектов власти.

➤ Модель «невмешательства» власти. Власть не занимает активной позиции по отношению к социальной политике, проводимой бизнесом.

➤ Модель «партнерства», в рамках которой представители власти и бизнеса достигли компромисса. В современных социально-экономических российских условиях является наиболее приемлемой, работающей по принципу «выгодно каждому – выгодно всем».

В рамках модели «партнерства» между субъектами взаимодействия происходит взаимовыгодный обмен ресурсами. Как власть, так и бизнес обладают ресурсами, доступ к которым может быть полезен и выгоден другой стороне.

Власть располагает экономическими, политическими, административными и информационными ресурсами, а бизнес в свою очередь – финансовым, экспертным и инновационным. В рамках партнерской модели обмен этими ресурсами является основой взаимодействия власти и бизнеса.

Таким образом, можно выделить функциональный и ресурсный подходы к взаимодействию бизнеса и власти.

Вторая глава посвящена рассмотрению бизнеса и общества в системе социального партнерства. Одним из главных условий для развития корпоративной социальной ответственности является зрелое гражданское общество. К сожалению, это пока самая слабая «сторона» в российском треугольнике общественных отношений. В отношениях трех сторон немало других проблем, наиболее острые из которых – незащищенность прав собственников в России и негативное отношение общества к частной собственности.

По мнению экспертов, преодолеть все эти препятствия можно только с помощью конструктивного диалога между тремя секторами российского общества. И только объединив усилия трех сторон, можно найти эффективные решения социальных проблем в предыдущем цикле.

Таким образом, корпоративная социальная ответственность выходит на новый уровень делового сообщества, и уже не считается благотворительностью. Сейчас она понимается как управление рисками в рамках долгосрочной стратегии развития бизнеса. Эксперты отмечают, что в российском обществе начинает формироваться понимание роли бизнеса и сфер его ответственности. Для проверки устойчивого развития компаний требуют социальные отчеты, которые выпускают лишь несколько компаний, отчет необходим только для крупных компаний. Корпоративная социальная ответственность может быть эффективной, только будучи добровольной и у России есть уникальная возможность участвовать в разработке новых версий международных стандартов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Население страны ждет решения социальных проблем общества, как от власти, так и бизнеса. Однако действующая система отношений власти, бизнеса и общества не всегда оправдывают эти ожидания. Функция властных структур, заключающаяся в национальных преобразованиях сферы бизнеса, используется не достаточно эффективно и не обеспечивает формирование благоприятной организационной и экономической среды, определяющей правила функционирования бизнеса, хотя такие условия способствуют обеспечению достойной жизни народа и завоеванию Россией своего места среди сильных мировых держав.

Страны с развитой рыночной экономикой имеют большой позитивный опыт использования социального партнерства, берущий свое начало в 1891 году. В бакалаврской работе представлен анализ развития социального партнерства в Ирландии, Финляндии, Бразилии.

Для России использование социального партнерства стало актуальным после перехода к рыночной экономике, с отделением бизнеса от государства. В России в настоящее время уже многое сделано для того, чтобы механизмы социального партнерства начали работать. Раздел II Трудового кодекса Российской Федерации посвящен социальному партнерству в сфере труда. Во многих субъектах РФ вслед за федеральным приняты региональные Законы о социальном партнерстве.

Таким образом, социальное партнерство рассматривается как эффективная технология взаимодействия власти, бизнеса и общества.

Взаимодействие бизнеса и власти отражающее интересы общества, является важнейшим фактором устойчивого социально-экономического развития.

Анализ функций бизнеса и власти, проведенный в работе, позволяет сделать вывод об их неэффективности при отсутствии взаимно выгодных связей и взаимной зависимости между бизнесом и властью.

Функции бизнеса, как правило, 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. Наиболее эффективной моделью взаимодействия власти и бизнеса является «партнерская», основанная на взаимовыгодном обмене ресурсами.

Апробированным и хорошо зарекомендовавшим себя механизмом взаимодействия власти, бизнеса и общества является государственный социальный заказ.

Под социальным заказом понимают долгосрочные отношения между заказчиком, определенным в соответствии с решением органов государственной власти или местного самоуправления, и исполнителем по реализации поручения на оказание услуг в интересах населения за счет финансирования (полностью или частично) из бюджета соответствующего уровня.

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.

Основой социальной стабильности государства является тесное сотрудничество государства и гражданского общества в выработке и осуществлении государственной социальной политики во всей ее полноте. Предпосылкой такого сотрудничества является опора на социально ответственный бизнес. Именно соблюдение принципов корпоративной социальной ответственности, информационной прозрачности компаний позволит говорить о бизнес-сообществе как о надежном и серьезном партнере государства в решении задач социальной политики, улучшении социального самочувствия населения.

Социальный отчет один из основных факторов взаимодействия бизнеса и общества. Вместе с развитием экономики, изменяются социальные отношения в обществе. Все большее значение в бизнес-среде приобретают такие устойчивые ценности, как репутация, достоинство, ответственность. Бизнес не может действовать изолированно от общества, частью которого он является. В условиях, когда государство пока еще не способно полноценно решать социальные задачи, коммерческий сектор частично берет на себя эту функцию: развивается цивилизованная благотворительность, поддержка социальных проектов и программ. Однако, социальную ответственность нельзя отождествлять с благотворительностью - это не какое-то виртуальное этическое понятие, а важнейшая часть системы институтов общества, в рамках которых осуществляется ее функционирование.

К настоящему времени в России еще не сложилась приемлемой модели взаимоотношений власти, бизнеса и общества.

Население страны слабо консолидировано из-за отсутствия развитого гражданского общества и не может цивилизованными методами влиять на государство в силу отсутствия соответствующих институтов, которым можно было делегировать свои права и ожидать результативного их использования. Вложения бизнеса в корпоративную социальную ответственность не стимулируются государством, поэтому рост и масштабы социальных инвестиций бизнеса существенным образом не увеличиваются. Ситуация

усугубляется сохраняющимся недоверием к бизнесу со стороны российского общества и западных партнеров, которые не видят реального вклада российских компаний в социальное инвестирование и не имеют открытой информации о состоянии дел в данной сфере деятельности.

Подводя итог, отметим, что проведенное исследование не претендует на полное и всестороннее освещение проблемы в виду ее сложности и многоаспектности. Вместе с тем оно ставит и ряд новых проблем, требующих дальнейшего исследования: государственное регулирование социальных инвестиций и повышение их эффективности, механизмы повышения престижности социальной ответственности бизнеса и развития корпоративной социальной ответственности компаний.