

2. Abdulmanapov P. G. Demographic security of the regions of the North Caucasus Federal District of Russia // Regional problems of economics conversion. 2012. # 1. P. 353–365.
3. Kutayev Sh.K. Issues of the labor market establishing in the Republic of Dagestan // Issues of economics structuring. 2005. # 2. P. 17–20.
4. Concept of the Russian Federation demographic policy for the period through 2015 (approved by the Decree of the RF President on October 9, 2007 # 1351).
5. Social aspects of the region economic safety / Sh. M. Gimbatov, P. G. Abdulmanapov, M. A. Bagomedov, Sh. K. Kutayev, A. K. Sagidov, H. M. Khadzhalova. Makhachkala, 2011.
6. Regions of Russia. Social-economic indices. 2012: Statistical collection. M., Rosstat, 2012. 990 p.
7. Results of the All-Russia census of population in 2010 [Electronic resource]. URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/perepis2010/croc/perepis\\_itogi1612.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.htm) (date of viewing: 01.11.2013).
8. Petrosyants V. Z., Dokholyan S. V., Petrosyants D. V., Bashirova A. A. Strategy of regional development in the conditions of innovation transformations: monograph / V. Z. Petrosyants et al.; edited by V. Z. Petrosyants; Russian academy of sciences, Dagestan scientific center, Institute of social-economic researches. M., 2011.

**УДК 311.1**  
**ББК 65.011.11**

**Kuzevanova Angelina Leonidovna,**  
doctor of sociology, head of the department  
of philosophy and sociology of Volgograd branch  
of Russian Presidential academy  
of the national economy and public administration,  
Volgograd,  
e-mail: angelina2000@list.ru

**Кузеванова Ангелина Леонидовна,**  
д-р социол. наук, зав. кафедрой философии  
и социологии Волгоградского филиала  
Российской академии народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте РФ,  
г. Волгоград,  
e-mail: angelina2000@list.ru

**Mkrtchyan Elena Rafaelovna,**  
candidate of sociology, assistant professor of the department  
of philosophy and sociology of Volgograd branch  
of Russian Presidential academy  
of the national economy and public administration,  
Volgograd,  
e-mail: melenar@mail.ru

**Мкртчян Елена Рафаеловна,**  
канд. социол. наук, доцент кафедры философии  
и социологии Волгоградского филиала  
Российской академии народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте РФ,  
г. Волгоград,  
e-mail: melenar@mail.ru

**Lugovaya Elena Sergeevna,**  
working on the scientific degree at the department  
of philosophy and sociology of Volgograd branch  
of Russian Presidential academy  
of the national economy and public administration,  
Volgograd,  
e-mail: lugovoff\_2011@mail.ru

**Луговая Елена Сергеевна,**  
соискатель кафедры философии и социологии  
Волгоградского филиала  
Российской академии народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте РФ,  
г. Волгоград,  
e-mail: lugovoff\_2011@mail.ru

**КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ ОТНОШЕНИЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ, СОТРУДНИКОВ  
И КЛИЕНТОВ БАНКОВСКИХ СТРУКТУР К СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКЕ,  
РЕАЛИЗУЕМОЙ В ФИНАНСОВО-БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ  
ГОРОДА ВОЛГОГРАДА И ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ  
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ХОУМ КРЕДИТ ЭНД ФИНАНС БАНК»)**

**COMPARATIVE ANALYSIS OF THE ATTITUDE OF MANAGERS, EMPLOYEES  
AND CUSTOMERS OF BANKING INSTITUTIONS TO THE SOCIAL POLICY IMPLEMENTED  
IN THE FINANCIAL AND BANKING SECTOR OF VOLGOGRAD AND VOLGOGRAD REGION  
(ON THE EXAMPLE OF «HOME CREDIT AND FINANCE BANK» LLC)**

*В данной статье представлены результаты сравнительного анализа отношения руководителей, сотрудников и клиентов банковской сферы г. Волгограда и Волгоградской области к проблеме включения социальной политики в стратегию развития финансово-банковского сектора. В условиях реформирования российской банковской сферы социальная политика представляет большой интерес как предмет исследования. Бизнес-организации, добившиеся*

*высоких результатов, осознали необходимость перемен для удержания конкурентоспособных лидерских позиций за счет применения мер социальной политики, изменения отношения к сотрудникам, клиентам и обществу в целом.*

*The article presents the results of the comparative analysis of the attitude of managers, employees and customers of the banking sector of Volgograd and Volgograd region to the problem of inclusion of the social policy in the strategy*

*of development of financial and banking sector. During the process of reforming of the Russian banking sector, the social policy is of great importance as an object of research. Business organizations having achieved success realized the necessity of changes in the social policy, in their attitude towards the employees, customers and the society as a whole to keep the leading competitive position.*

*Ключевые слова: социальная политика, банковская сфера, социологическое исследование, социальная ответственность, социальное партнерство.*

*Keywords: social policy, bank sphere, sociological research, social responsibility, social partnership.*

В условиях жесткой мировой конкуренции в финансово-банковской сфере социальная политика бизнес-сектора зачастую может сыграть определяющую роль при расстановке приоритетов между конкурирующими организациями. Осознание данного факта способствовало активному включению ведущих российских банков в процессы выстраивания социальной политики с учетом интересов собственных сотрудников и клиентов, интересов общества в целом и местного сообщества – людей проживающих на территории расположения данного банка. Иными словами, социальная политика банков становится реализацией ценностного принципа социальной ответственности, выражающегося в отношении зависимости бизнеса от общества, воспринимаемого им в качестве одного из определяющих оснований для принятия решений и совершения действий, прямо или косвенно касающихся общественных интересов [1, с. 179].

Между тем данные процессы слабо отрефлексированы научным сообществом, а практикам приходится действовать методом проб и ошибок, что требует серьезных научных исследований. В данной статье будут представлены результаты социологического исследования (массового опроса клиентов и сотрудников, экспертного опроса руководителей), проведенного в 2012 году. Исследование было посвящено сравнительному анализу отношения клиентов, сотрудников и директоров банковских отделений ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» г. Волгограда и 5 городов Волгоградской области (Волжского, Камышина, Михайловки, Урюпинска, Фролово) к его социальной политике. Выборка опроса сотрудников квотная, по признаку работы в указанных банковских отделениях, она составила 350 человек; выборка опроса клиентов формировалась в указанных банковских отделениях методом «снежного кома» и составила 400 человек; выборка экспертного опроса руководителей была сплошной (12 директоров банков).

В процессе изучения вопроса о состоянии социальной политики в банке зафиксирована некоторая неудовлетворенность текущим положением дел. Хотя ни эксперты, ни клиенты при оценке состояния социальной сферы в банке не дали низшей оценки («неудовлетворительное (плохое)»), однако некоторые рядовые сотрудники не удовлетворены ситуацией в банке в части реализации социальных мероприятий. Оценки состояния социальной сферы в банке свидетельствуют, что большинство сотрудников и руководителей банковских структур положительно оценивают ее, выбрав вариант ответа «4» (48% сотрудников и 83,4% руководителей). «Отличной» социальную политику банка считают только 8,3% руководителей, при этом так отвечали исключительно руководители в возрасте от 30 до 45 лет (20,0%), ни один из них в возрасте от 25 до 30 лет не считает текущее положение отличным. Необходимо добавить,

что только 8,0% рядовых сотрудников считают положение банка в части реализации социальных мероприятий «отличным». Более высокая оценка была представлена клиентами, по мнению которых социальная политика близка к «5» (66,8%).

Социальная политика банковской сферы во многом регулируется законодательными актами, и большинство опрошенных сотрудников и руководителей (соответственно 82,6 и 58,3%) свидетельствуют об их выполнении, однако ряд сотрудников и руководителей (6,6% банковских служащих и 41,7% экспертов) признались, что бывают случаи невыполнения требований законодательства об охране труда в банковских отделениях, затруднились ответить 10,8% рядовых банковских служащих. Таким образом, социальная политика банка даже в части соблюдения законодательных требований к ней сталкивается в ходе реализации с определенными проблемами. Сравнительный анализ оценки степени необходимости социальной политики в банковском секторе показал, что наибольшая заинтересованность в ее активизации и реализации наблюдается у руководителей банковских отделений (58,3%), довольно значимым данный вопрос является и для сотрудников (46,8%), а почти половина клиентов (42,8%) не чувствует ее значимости. Это является важнейшим свидетельством осознания бизнес-сектором значимости своей социальной ответственности.

Большинство опрошенных директоров банковских филиалов (66,7%) считают, что банки должны заниматься реализацией социальной политики. В качестве основного объединения, с которыми сотрудничает банк в целях решения вопросов по социальной ответственности бизнеса и социального партнерства, эксперты выделили Ассоциацию российских банков (68,5% респондентов). Руководители сети банков выделяли также такие структуры, как ассоциация региональных банков, ассоциация менеджеров России, объединения кредитных организаций, объединения работодателей, органы местного самоуправления (по 6,3% опрошенных).

Экспертам предложили проранжировать по степени значимости цели социальных программ банка. К внешним целям в первую очередь отнесены создание и поддержание имиджа, расширение клиентской базы, развитие связей с заинтересованными сторонами, укрепление конкурентных позиций. Во вторую очередь – достижение финансового успеха банка благодаря реализации социальной политики, усиление рейтинга на международном уровне, повышение инвестиционной привлекательности, демонстрация социальной ответственности (долга) перед обществом, проявление альтруизма.

Внутренние цели были проранжированы экспертами следующим образом: улучшение качества обслуживания клиентов, повышение заинтересованности сотрудников в качественной работе, удержание в штате банка высококвалифицированных специалистов, никаких – это требование законодательства об охране труда.

По мнению экспертов, существует определенная дифференциация в предоставлении социальных услуг сотрудникам банка в зависимости от должности (58,3%) и стажа (41,7%). Разногласия вызвал вопрос о том, выделяет ли банк дополнительные средства на финансирование обязательных социальных программ: в равной степени сотрудники выбирали ответы «да», «нет» (по 33,3%) и «затрудняюсь ответить» (33,3%), что косвенно свидетельствует о недостатке информации о финансировании даже на уровне руководства.

Большие затруднения у экспертов вызвал вопрос о существовании системы социального партнерства. На данный вопрос затруднились ответить 75% респондентов, положительно ответили только 16,7%, отрицательно – 8,3%. Сложность вызвал вопрос о том, в какой форме партнерство наиболее эффективно. Затруднились ответить 66,7%, остальные респонденты выделили коллективный договор или сообщили, что социальное партнерство не реализуется (по 16,7% соответственно). Сотрудничество с профсоюзом в качестве формы социального партнерства не выбрал ни один из экспертов. Кроме того, большинство экспертов затруднились ответить на вопрос, сотрудничает ли банк с другими организациями в рамках государственно-частного партнерства (58,3%), положительно ответили только 25% респондентов.

Сравнительный анализ данных об условиях труда в банке показал, что мнения руководителей и сотрудников не очень расходятся. Все руководители (100%) считают, что сотрудников устраивает состояние техники и оборудования, снабжение материалами, организация труда (рабочих мест), соблюдение техники безопасности. Опрос сотрудников подтверждает мнение руководителей и свидетельствует о большом внимании банка к обеспечению достойных условий труда по многим показателям. Подавляющую часть опрошенных сотрудников (86,3%) устраивает состояние техники и оборудования, снабжение материалами (87,7%), организация труда (рабочих мест) – (83,7%), соблюдение техники безопасности (96%), санитарно-гигиенические условия труда (79,1%), эстетические условия (80,6%), психофизиологические условия устраивают 66,6% опрошенных.

Однако наблюдается неоднозначная ситуация с предоставлением медицинского обслуживания, качеством организации питания, решением жилищных проблем, проблем отдыха и т. д. Сами руководители в большинстве своем признают, что сотрудников в меньшей степени устраивают эстетические условия (83,4%), медицинское обслуживание (75,0%), санитарно-гигиенические условия (66,7%), психофизиологические условия (66,7%). Самый низкий процент положительных ответов получили помощь в улучшении жилищных условий (25,0%), создании условий для отдыха во время отпуска (16,7%), организации питания (16,7%).

Опрос сотрудников рисует более пессимистичную картину в данном направлении. Так, только 7,7% рядовых сотрудников считают, что медицинское обслуживание оплачивается организацией в полном объеме, большинство (44,0%) свидетельствует, что медицинское обслуживание оплачивается частично, а 16,9% респондентов констатировали, что медицинское обслуживание не оплачивается вообще, 31,4% затруднились ответить. Подобным образом складывается ситуация с качеством организации питания, о чем говорят данные опроса. Большинство (62,6%) опрошенных в основном не довольны. Вопрос обеспечения условий для отдыха во время отпуска в организации тоже является нерешенным, так как большинство респондентов либо не довольны этими условиями, либо затруднилось охарактеризовать свое отношение к ним (51,7 и 34,3% соответственно). Сотрудники в основном не довольны оказанием помощи в улучшении жилищных условий (60,3%), затруднились ответить 33,1%, текущее положение устраивает только 6,6% респондентов. Таким образом, по ряду критериев внутренняя социальная политика банка недостаточно эффективна в части социальной поддержки сотрудников.

Однако результаты исследования свидетельствуют о желании и готовности директоров филиалов изменить

ситуацию и понимании значимости социальной политики для успешной работы банка. Большинство руководителей считает, что внутренняя социальная политика банка должна включать организацию питания (100,0%), помощь в улучшении жилищных условий (92,3%), поддержку здорового образа жизни (86,7%), создание условий для отдыха во время отпуска (76,5%), программы пенсионного обеспечения (70,0%), социальные выплаты, льготы, гарантии и компенсации (66,7%), жилищные программы (60,9%), медицинское обслуживание (60,9%), трудовые соревнования и конкурсы (59,3%). Составной частью социальной политики руководители считают также регулирование труда и заработной платы, разветвленную систему премирования, развитие персонала, повышение профессионально-квалификационного уровня работников, формирование корпоративной культуры, дополнительное страхование (по 57,1% соответственно).

О внимании руководителей банка к внутренней социальной политике свидетельствуют ответы сотрудников, которые отмечают финансирование со стороны банка ряда дополнительных социальных программ. Так, банк осуществляет социальные выплаты, льготы, проводит трудовые соревнования и конкурсы (50,6%), оказывает спонсорскую поддержку культурных, спортивных проектов и мероприятий (47,1%), реализует программы, направленные на поддержку отдельных категорий (детей, студентов, пенсионеров), – 64,3%, выдает гарантии и компенсации (46,6%).

При этом нельзя не отметить, что различные направления социальной политики на практике реализуются банком только частично. Оценивая основные направления внутренней социальной политики, реализуемой банками, все сравниваемые группы сотрудников поставили на первое место «Развитие персонала, повышение профессионально-квалификационного уровня работников», но если банковские служащие в большинстве своем выбрали данный ответ (60,0%), то руководители сети банков выбирали данный ответ в меньшей степени (42,9%). На втором месте по практической реализации для респондентов является «Регулирование труда и заработной платы, разветвленная система премирования» (сотрудники – 58,3%, эксперты – 42,9%). Кроме того, рядовые банковские сотрудники на порядок выше, по сравнению с директорами, оценивают практическое применение таких направлений, как формирование корпоративной культуры, программы пенсионного обеспечения, трудовые соревнования и конкурсы, социальные выплаты, льготы, гарантии и компенсации, поддержка здорового образа жизни. Определенный интерес, на наш взгляд, представляет то, что «Регулирование труда и заработной платы» наиболее значимо (31,1%) для руководящих работников, а развитие персонала и повышение профессионального уровня работников наиболее важно для рядовых сотрудников и сотрудников среднего звена (соответственно 29,8 и 25,7%).

Основными в части реализации внешней социальной политики должны стать, по мнению экспертов, участие в федеральных социальных программах (83,3%), участие в региональных социальных программах (80,0%), участие в финансировании социальных проектов (конкурсы, гранты и т. д.) (76,5%), оказание спонсорской поддержки культурных, спортивных проектов и мероприятий (71,4%), реализация программ, направленных на поддержку отдельных категорий (дети, студенты, пенсионеры) (66,7%), благотворительная деятельность (65,2%).

Выявление факторов, затрудняющих реализацию социальной политики в банковском секторе, показало, что



основным препятствием в осуществлении социальной политики, по мнению руководителей, является недостаточное информирование клиентов и сотрудников о социальных программах (21,0%), на второе место поставлены «Недоверие общества к банковскому сектору» и «Недостаточное финансирование социальных программ» (по 15,8% соответственно), на третье – отсутствие системы в реализации социальных программ (10,5%), на четвертое – «Отсутствие поддержки со стороны государства» (5,3%), затруднились ответить 31,6%. Более 50% экспертов уверено, что сотрудники частично информированы о социальной политике организации; 33,3% считают, что не информированы, а 16,7% руководителей думают, что степень информированности сотрудников полная. Анализ ответов самих сотрудников относительно их информированности подтверждает мнение руководителей, поскольку только 24,9% респондентов считают, что они информированы в полной мере, 26,6% признаются, что они лишь частично информированы о социальной политике организации; 20,3% – не информированы, 28,2% ответить затруднились.

По мнению большинства руководителей, жители города не знают о мероприятиях, которые финансирует банк (66,7%), затруднились ответить 25,0%. Между тем ответы клиентов относительно их информированности о социальных программах банка показали, что почти половина из опрошенных (48,0%) считают себя информированными в полной мере, информированными частично – 21,8%, неинформированными – 13,0%, затруднились дать ответ 17,2%. Для решения данной проблемы необходимо усилить информирование клиентов о социальной политике, проводимой со стороны организации, в целях повышения уровня информированности клиентов об уровне социальной активности банка и формирования положительного имиджа компании.

Определяя пути и способы преодоления барьеров в реализации социальной политики, эксперты на первое место ставят необходимость повышения информированности клиентов и сотрудников о проводимых социальных мероприятиях (31,6%), 21,0% опрошенных видят выход из создавшегося положения в разработке стратегического плана социального развития банка. 10,5% респондентов указали на необходимость непосредственного привлечения клиентов и сотрудников к реализации социальной политики. С точки зрения экспертов, преодолеть барьеры возможно путем выделения дополнительных финансовых средств со стороны банка и оказания поддержки со стороны государственных структур (по 5,3% соответственно). Никто из опрошенных экспертов не считает, что четкое законодательное закрепление социальной ответственности банковских структур поможет преодолеть барьеры.

Руководители сети банков придерживаются мнения, что законодателям необходимо сформировать благоприятные условия для успешной реализации социальной политики в банковских структурах, установить определенные льготы для тех банков, которые принимают активное участие в реализации социальных программ, издать нормативно-правовые акты об обязательном участии банков в реализации социальной политики. Представителям исполнительной власти, по мнению респондентов, требуется оказывать организационную и финансовую поддержку банковским структурам в реализации социальной политики. Для повышения эффективности реализации внутренней и внешней социальной политики необходимо в большей степени привлекать сотрудников и клиентов к непосредственной реализации социальной политики, что позволит повысить их

информированность и заинтересованность, уделять большее внимание информированию сотрудников и клиентов о проводимых социальных мероприятиях. С практической точки зрения в осуществлении внутренней социальной политики эксперты предлагали предусмотреть льготные условия жилищного кредитования для сотрудников, разработать специализированные ипотечные программы, организовывать досуг и питание сотрудников, увеличить доходы сотрудников в зависимости от трудового стажа. Для более эффективной реализации внешней социальной политики эксперты советовали банковским структурам принимать активное участие в государственных социальных программах и увеличить финансирование внешних социальных мероприятий.

Таким образом, руководители банковских структур демонстрируют более реалистичный взгляд на социальную активность банковской сферы. По мнению сотрудников, социальная политика банка находит свое практическое применение в значительно большей степени, чем с точки зрения экспертов. Согласно результатам опроса банковских служащих, основными направлениями внешней социальной политики, которые реализуются банковскими отделениями на практике, являются благотворительная деятельность, реализация программ, направленных на поддержку отдельных категорий (дети, студенты, пенсионеры), оказание спонсорской поддержки культурных, спортивных проектов и мероприятий, участие в финансировании социальных проектов (конкурсы, гранты и т. д.), участие в региональных социальных программах, участие в федеральных социальных программах. При анализе ответов респондентов также наблюдалась тенденция признания, согласно которой рядовые сотрудники банковских структур считают проведение ряда социальных мероприятий более распространенным явлением в банке, чем с точки зрения экспертов.

На основании полученных социологических данных можно сделать вывод о существовании несоответствия между активным стремлением банковского сектора развивать социально ориентированный бизнес и недостаточной рефлексией общества, его неготовностью вступать в партнерские отношения с банками даже на уровне социальных программ. Безусловно, «для эффективного партнерского взаимодействия, инициации и реализации плодотворного сотрудничества должна «вызреть» определенная совокупность условий...», важнейшим среди которых является корректировка миссии банковской сферы в России [2, с. 128]. Современный имидж банковских структур строится на представлении их только в качестве финансовых организаций, преследующих цель финансовой успешности, увеличения доходов и прибыли, что в значительной степени нивелирует представление о банках как о социально ответственных компаниях, стремящихся реализовывать социально активную позицию.

Социальная стратегия банковского сектора, существующая в настоящее время, характеризуется, во-первых, приоритизацией внутренней социальной политики по сравнению с внешней, во-вторых, проведением внешней социальной политики в виде точечных единовременных мероприятий, исключающий комплексный подход. Между тем «партнерское взаимодействие – это более конструктивный механизм, включающий разработанные сообща правила, способы, технологии организации, обеспечения ресурсами и осуществления совместных работ по решению социально значимых молодежных проблем с учетом

действующих нормативных и правовых актов. Социальное партнерство должно быть выгодно каждой из сторон в отдельности и населению территории в целом. Оно должно строиться на здравом смысле, но также иметь научное сопровождение. Большое значение для выстраивания партнерских отношений имеет активное привлечение ученых к научно-методическому обеспечению деятельности банков» [Там же. С. 127]. Результаты проведенного мониторинга свидетельствуют о расширении сферы научных исследований в области экономической социологии и со-

циологии управления, в рамках которых ведутся активные научные разработки, посвященные анализу проблем социальной активности российского бизнеса. Следует согласиться, что «обобщение итогов подобных исследований и их использование на практике создает предпосылки для процесса формирования соответствующего мировоззрения бизнесменов и идеологии, необходимой для обеспечения экономической и социальной эффективности развития бизнес-инициатив в рамках социального пространства российского общества» [3, с. 16].

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Кузеванова А. Л. Социальная ответственность как ценностный принцип бизнес-деятельности (социологический аспект) // Вестник экономики, права и социологии. 2010. № 4. С. 178–181.
2. Мкртчян Е. Р. Социальное партнерство между государственными структурами и общественными молодежными объединениями как механизм реализации молодежной политики // Опыт, проблемы социального обслуживания семьи и детей в учреждениях органов по делам молодежи: сб. науч. трудов, докладов, сообщений и материалов Всероссийской научно-практической конференции, 1–3 марта 2001. М., 2001. С. 122–127.
3. Кузеванова А. Л. Ценностные представления современных российских бизнесменов: опыт социологического анализа // Общество. Среда. Развитие. 2010. № 3. С. 12–16.

### REFERENCES

1. Kuzevanova A. L. Social responsibility as a value principle business activities (social aspect) // Bulletin of economics, law and sociology. 2010. # 4. P. 178–181.
2. Mkrtchyan E. R. Social partnership between public authorities and public youth organizations as a mechanism for the implementation of youth policy // Experience, the problem of social services for families and children in the institutions of the Youth. Sat scientific papers, reports, messages and materials Russian scientific-practical conference, March 1–3, 2001. M., 2001. P. 122–127.
3. Kuzevanova A. L. Value ideas of modern Russian businessmen: the experience of sociological analysis // Society. Environment. Development. 2010. # 3. P. 12–16.

УДК 658.111  
ББК 65.292.1

**Kalmykova Tatyana Nikolayevna**,  
Candidate of economics,  
associate professor of the department  
of information systems in economics and management  
of Russian State Economic University  
named after G. V. Plekhanov,  
Moscow,  
e-mail: kalmikova.tn@sbservis.ru

**Калмыкова Татьяна Николаевна**,  
канд. экон. наук,  
доцент кафедры информационных систем  
в экономике и менеджменте  
Российского государственного  
экономического университета им. Г. В. Плеханова,  
г. Москва,  
e-mail: kalmikova.tn@sbservis.ru

## ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНЫХ СТРУКТУР В ГОСУДАРСТВЕННОМ СЕКТОРЕ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

### ESTABLISHING THE CORPORATE STRUCTURES IN THE PUBLIC SECTOR OF RUSSIAN ECONOMICS IN MODERN CONDITIONS

*В статье раскрываются условия и факторы становления корпоративной модели государственного сектора российской экономики. Определяются границы государственного сектора и динамика их изменений в исторической ретроспективе на основании анализа зарубежного и отечественного опыта. Выявлены приоритеты развития государственных корпораций в высокотехнологических отраслях отечественной промышленности. Сформулированы основные условия эффективного формирования корпоративных структур государственного сектора в современной модели рыночной экономики. Выделены особенности*

*формирования государственных корпораций в российской экономике исходя из типа корпорации по уровню участия государства в структуре ее капитала.*

*The article reveals the conditions and factors of formation of the corporate model of the public sector of the Russian economics. The boundaries of the public sector and the dynamics of their changes in a historical retrospective on the basis of analysis of foreign and domestic experience are defined. The priorities of development of public corporations in high-tech sectors of the domestic industry are identified. The basic conditions for the formation of the effective corporate structure of the public*