

education and economy in XXI century: team monograph / Under scientific edition of A. I. Subetto and V. A. Shamakhova. In 3 volumes. Vol. 1. SPb: Asterion, 2013. P. 261–273.

12. Kozubtsov I. N. Inter-disciplinary prism on the basis of consulting model / I. N. Kozubtsov, L. F. Marakhovskiy // The scientific electronic archive. [Electronic resource]. URL: <http://econf.rae.ru/article/6712> (date of viewing: 17.12.2013).

13. Kozubtsov I. N. Problem and prospect of development of the modern inter-disciplinary post-graduate study as an economic system of Ukraine in the conditions of European educational integration // «Economics, management, finances: state, problems and prospects of development»: Materials of XI international scientific conferences of scientists, graduate students and students. Ch. 2. Donetsk: DONNABA, 2012. P. 37–39.

14. Krivoruchenko V. K. Scientific schools are the effective way of making dissertation research // An informative humanitarian portal «Knowledge. Understanding. Ability» [Electronic resource]. URL: http://www.zpu-journal.ru/asp/scientific_schools/2007/Krivoruchenko/ (date of viewing: 17.12.2013).

15. On approval of the list of scientific specialties of MONmolod'sport of Ukraine: Order, List, dated 14.09.2011 # 1057 // The official announcer of Ukraine dated 17.10.2011. # 78, Vol. 215. Article 2893. Code of act 58517/2011 [Electronic resource]. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/go/z1133-11> (date of viewing: 17.12.2013).

УДК 331.5
ББК 65.291

Kuzevanova Anghelina Leonidovna,
doctor of sociology, assistant professor,
head of the department of philosophy and sociology
of the Volgograd branch of the Russian Presidential
Academy of National Economy and
Public Administration,
Volgograd,
e-mail: angelina2000@list.ru

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

Poltavskaya Maria Borisovna,
candidate of sociology, assistant professor
of the department of philosophy and sociology
of the Volgograd branch of the Russian Presidential
Academy of National Economy
and Public Administration,
Volgograd,
e-mail: poltavmb@mail.ru

Полтавская Мария Борисовна,
канд. социол. наук, доцент
кафедры философии и социологии
Волгоградского филиала
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ,
г. Волгоград,
e-mail: poltavmb@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА, ГОСУДАРСТВА И НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ

PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE INTERACTION OF BUSINESS, STATE AND NOT-FOR-PROFIT ORGANIZATIONS IN THE MODERN RUSSIAN CONDITIONS

В статье анализируется система взаимодействия бизнес-организаций, некоммерческих организаций и государственных структур. Авторы выявляют уровни и формы этого взаимодействия в современных российских условиях, сравнивают модели социальной ответственности бизнеса, сложившиеся в США и Европе, определяя специфику отечественного варианта реализации модели социально ответственного поведения бизнес-организаций. Особое внимание в статье уделяется анализу положения некоммерческих организаций в системе социального партнерства, анализируется опыт поддержки НКО в Волгоградской области, дается оценка уровня развития социального предпринимательства и проблем его развития, формулируется вывод о том, что некоммерческие организации обладают значительным инновационным потенциалом.

The article analyzes the system of interaction of business organizations, not-for-profit organizations and the government

institutions. The authors reveal the levels and forms of this interaction in the modern Russian conditions, compare models of social responsibility of business developed in the USA and Europe, defining specifics of domestic option of implementation of the model of the socially responsible behavior of business organizations. The special attention in the article is paid to the analysis of the position of the not-for-profit organizations in the system of social partnership; experience of support of NPO in Volgograd region is analyzed; the assessment of the level of development of social business and the problems of its development is made; the conclusion that the not-for-profit organizations possess considerable innovation potential is formulated.

Ключевые слова: бизнес, некоммерческие организации, государство, социальное предпринимательство, социальная ответственность бизнеса, социальная сфера, социальное партнерство, социальное инвестирование, социальные проекты, гранты, социальные программы.

Keywords: business, not-for-profit organizations, state, social business, social responsibility of business, social sphere, social partnership, social investment, social projects, grants, social program.

Модернизационные процессы, развивающиеся в социально-экономической, политической и культурной сферах жизни современного российского общества, актуализируют проблему обеспечения эффективности взаимодействия бизнеса, некоммерческих организаций и государства. Социальное партнерство перечисленных структур создает основания для преодоления наиболее острых общественных проблем, решение которых возможно лишь при условии тесного сотрудничества бизнесменов, органов государственной власти и представителей НКО.

Взаимодействие бизнес-структур и общества осуществляется в рамках реализации принципа социальной ответственности бизнеса, действие которого может фиксироваться на трех основных уровнях:

- на уровне бизнес-организации, когда социально ориентированная деятельность компании направлена на решение внутрифирменных социальных проблем, связанных с социальным обеспечением сотрудников;

- на уровне региона, когда компании, придерживающиеся принципа социальной ответственности, реализуют социально значимые региональные проекты;

- на уровне общества в целом, когда бизнес приобретает статус активно действующей общественной силы, благодаря которой решаются актуальные для развития социума проблемы [1, с. 57–58].

Данные социологических исследований, проводившихся в последние годы, свидетельствуют о том, что социально ответственная деятельность российских бизнесменов реализуется в основном на первом уровне [2, с. 205]. Руководители отечественных бизнес-организаций ограничиваются решением социальных вопросов, имеющих внутрифирменный характер, а социальные проблемы региона и общества в целом остаются вне зоны их внимания. Однако подобная модель поведения отличается определенной противоречивостью, поскольку, согласно данным опросов, бизнесмены в основной массе своей осознают необходимость осуществления социально ориентированной деятельности в условиях продолжающейся модернизации современного российского общества, однако не видят экономической выгоды от капиталовложений в этой сфере [3, с. 228]. Подобные установки влекут за собой негативное отношение представителей российского бизнес-сообщества к идее стратегического планирования социально ориентированной деятельности, создания соответствующих специализированных служб в рамках организации, в задачи которых входила бы разработка программ социальной активности компании, а принцип социальной ответственности бизнеса не рассматривается как определяющий во взаимоотношениях с обществом, в то время как именно этот вид ответственности должен стать отправной точкой при принятии решений, прямо или косвенно касающихся общественных интересов [4, с. 138; 5, с. 126–127].

По мнению экспертов, крайне низким является уровень информированности руководителей бизнес-организаций о возможных вариантах реализации социально значимых инициатив, о системе социального партнерства, о путях взаимодействия с некоммерческими организациями. Иными словами, практика реализации принципа социальной ответственности современного российского бизнеса находит-

ся в процессе институционализации, сопряженном с целым комплексом проблем различного свойства. В качестве причин сложившейся ситуации следует рассматривать отсутствие у большинства руководителей бизнес-организаций высокого уровня гражданского самосознания, их убежденность в том, что социальная активность компании повлечет за собой неоправданные издержки; отсутствие разработанных государством программ реализации социальных инициатив бизнеса с определением конкретных направлений капиталовложений, значимых для общества; несформированность основ культуры ведения бизнеса, культуры богатства, а также несовершенство законодательной базы, регулирующей эту сферу деятельности.

Анализ зарубежного опыта реализации концепции социальной ответственности бизнеса показывает, что сложились американская и европейская модели, каждая из которых характеризуется своей спецификой. В США вмешательство государства в процесс взаимодействия бизнеса и общества является ограниченным, бизнес-структуры на добровольной основе реализуют социальные проекты и программы, налаживая систему коммуникаций с местной общественностью и некоммерческими организациями [6]. Традиционным для американской практики бизнеса стало создание специализированных благотворительных фондов, разработка и реализация программ социального инвестирования, целевых программ спонсирования сферы профессионального образования. Подобная деятельность поощряется властными структурами в форме налоговых льгот и иных преференций, закрепленных юридически [7].

Иначе реализуется концепция социальной ответственности бизнеса в европейских странах, в которых государство регулирует деятельность бизнеса, связанную с решением социальных вопросов, касающихся как внешней, так и внутренней среды организации. Со стороны органов государственной власти предъявляются серьезные требования к коммерческим организациям в отношении социального эффекта их экономической деятельности. Европейская модель социальной ответственности бизнеса предусматривает действие системы стандартизации учета социально значимой деятельности коммерческой организации в целях усиления контроля со стороны государственных структур [6]. Вместе с тем подобная система госрегулирования не умаляет статуса некоммерческих организаций, которые выступают в роли полноправных участников системы социального партнерства.

Сравнивая западную и российскую модели реализации принципа социальной ответственности бизнеса, мы приходим к общему выводу о том, что этот принцип пока еще не стал определяющим для деятельности отечественного бизнеса. Если в западных компаниях апробирована и успешно реализуется система стратегического планирования социальной активности компаний и работают соответствующие специализированные службы, то в российских бизнес-организациях эта деятельность не планируется и имеет спорадический характер, оставаясь на уровне частных случаев благотворительности. Если для американских и европейских бизнес-структур сотрудничество с некоммерческими организациями является неотъемлемой частью бизнес-деятельности, то для российских частных компаний НКО не стали стратегически важным партнером.

На сегодняшний день активно идет процесс институционализации некоммерческого сектора. В 2000-е годы были созданы различные институты, направленные на укрепление взаимодействия гражданского сектора с государством.

К ним можно отнести гражданские форумы, Совет при Президенте РФ по развитию гражданского общества и правам человека, Общественную палату РФ. Позже общественные советы были созданы практически при всех министерствах и ведомствах. В ряде субъектов РФ на сегодняшний день работают общественные советы при многих органах исполнительной власти. В последние годы приняты федеральные законы и программы, поддерживающие развитие НКО через содействие развитию благотворительности и добровольчества (Концепция содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации одобрена распоряжением Правительства Российской Федерации от 30 июля 2009 года № 1054-р), поддержку социально ориентированных НКО (Федеральный закон Российской Федерации от 5 апреля 2010 года № 40-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций», Постановление Правительства Российской Федерации от 23 августа 2011 года № 713 «О предоставлении поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям»). В настоящий период работают различные федеральные программы финансирования НКО, действует портал НКО (<http://www.portal-nko.ru>). Министерство экономического развития РФ на сегодняшний день ведет активную работу, направленную на поддержку социально ориентированных НКО (далее СО НКО), содействие развитию социального партнерства, институтов гражданского общества, благотворительности и добровольчества.

В апреле 2013 года был издан Приказ Минэкономразвития России № 169 от 03.04.2013 года «О проведении конкурсного отбора субъектов Российской Федерации для предоставления субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на реализацию программ поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций». Волгоградская область вошла в список регионов, которым были предоставлены субсидии из федерального бюджета.

Перемены в институциональном аспекте развития НКО произошли в 2013 году в Волгоградской области. Принята долгосрочная областная целевая программа «Поддержка социально ориентированных НКО в Волгоградской области (2013–2015 годы)», а также Постановление Правительства Волгоградской области от 05.03.2013 года № 106-п «О порядке определения объема и предоставления субсидий социально ориентированным некоммерческим организациям, осуществляющим деятельность на территории Волгоградской области».

В конце апреля – начале мая 2013 года был объявлен конкурс для СО НКО Волгоградской области на предоставление субсидий для реализации социально значимых проектов. На эти цели в первом полугодии 2013 года было направлено 5 млн рублей. Гранты в размере от 100 до 240 тысяч рублей получили 24 СО НКО [8].

Если государство на сегодняшний день активно заинтересовано в налаживании конструктивных взаимоотношений с НКО, то бизнес ведет себя в основном пассивно по отношению к некоммерческому сектору. Конечно, отдельные проекты финансируются, но, как утверждают многие руководители НКО, помогают получить материальную поддержку и спонсорскую помощь чаще всего неформальные отношения с представителями бизнеса. Причем бизнес вкладывает деньги только в такие проекты, где для них есть явная выгода. И причина такого положения в том, что пред-

ставители бизнеса в большинстве своем не до конца понимают некоммерческий сектор и с осторожностью вкладывают в него свои деньги.

НКО занимают позицию «просителей» недостающих ресурсов как у власти, так и у бизнеса. Некоммерческие организации с полным правом можно назвать частью экономики, поскольку они производят товары и услуги, предоставляют рабочие места, делают налоговые отчисления. Однако положительные тенденции во взаимодействии НКО и бизнеса все же есть, и примером является социальное предпринимательство, которое поддерживается как со стороны бизнеса, так и со стороны государства.

В отличие от институционализированных и понятных функций предпринимательства, функции социального предпринимательства пока что неясны [9, с. 130–145]. В сознании россиян понятие «социальное предпринимательство» практически отсутствует, и это неудивительно, так как данный термин отсутствует и в российском законодательстве. В ноябре 2013 года Комитет Совета Федерации по социальной политике подготовил поправки ко второму чтению законопроекта «Об основах социального обслуживания населения в РФ», вводящие в федеральное законодательство термины «социальный предприниматель» и «социальное предпринимательство», что позволит сделать статус социального предпринимателя легитимным наравне с малым бизнесом и некоммерческими организациями. В 2012 году в России был сформирован Координационный совет по вопросам развития социального бизнеса и предпринимательства и Экспертный совет по развитию социального предпринимательства при Комитете по политике, инновационному развитию и предпринимательству Государственной Думы РФ, где активно обсуждалось внедрение термина в российское законодательство.

Принимать отдельный законопроект о социальном предпринимательстве депутаты не спешат, а вот внести поправки в Федеральный закон от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» они готовы. Социальное предпринимательство находится на стыке бизнеса и благотворительности, это решение бизнесом социальных проблем, это вариант инновационной деятельности бизнес-структур [10, с. 149]. В Россию этот термин пришел в 2007 году с появлением Фонда «Наше будущее». Деятельность этой некоммерческой организации главным образом направлена на развитие социального предпринимательства. Фонд проводит конкурс проектов «Социальный предприниматель» и ряд других инициатив. Представительство фонда есть в Волгограде. В марте 2012 года состоялась видеоконференция «Об участии Волгоградской области во Всероссийском конкурсе проектов «Социальный предприниматель» Фонда региональных социальных программ «Наше будущее», организованная Управлением развития предпринимательства Волгоградской области и администрацией области при участии волгоградского представительства фонда. Целью мероприятия было информирование муниципалитетов Волгоградской области о явлении социального предпринимательства и проводимой фондом «Наше будущее» работе. Проекты волгоградских социальных предпринимателей при поддержке фонда успешно реализуются в нашем регионе. Недостаток поддержки со стороны государственных структур, зависимый характер взаимоотношений НКО и бизнес-структур приводят к высокой зависимости НКО от государства и бизнеса. В результате на сегодняшний момент доминирующим субъектом развития общественных

институтов в России остается государство, «для эффективного партнерского взаимодействия, инициации и реализации плодотворного сотрудничества должна «вызреть» определенная совокупность условий» [11, с. 118].

Примечательно, что и сферу социального предпринимательства государство спешит взять в свои руки, нарабатывать опыт по госфинансированию проектов социальных предпринимателей и иной поддержке, государственному регулированию сектора, отчетности предпринимателей и только потом принять полноценный закон о социальном предпринимательстве.

Взаимодействие бизнеса, власти и некоммерческого сектора неизбежно, и от того, каким оно будет, зависит

дальнейшее развитие государства. Государство никогда не сможет решить проблемы социальной сферы само, без сотрудничества с НКО. Бизнес не может развиваться, изолировавшись от социальной сферы, бизнес-структурам необходимы специализированные службы по осуществлению социально ответственной деятельности, сотрудники которых должны отбираться в соответствии с технологиями кадрового менеджмента [12, с. 145–146]. А НКО обладают инновационным потенциалом и новыми идеями, которые могут способствовать устранению проблем в социальной сфере. Основания для взаимного сотрудничества существуют, каждой стороне необходимо понять выгоду от такого сотрудничества и перейти к практическим действиям.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Кузеванова А. Л. Социальная ответственность современного российского бизнеса и общественное мнение: опыт социологического анализа // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. 2010. № 11. С. 56–60.
2. Кузеванова А. Л. Бизнес и общество в России: от храмозидания к социальной ответственности (социологический анализ) // Вестник Орловского государственного университета. Сер. Новые гуманитарные исследования. 2010. № 4. С. 202–206.
3. Кузеванова А. Л., Мкртчян Е. Р., Луговая Е. С. Компаративный анализ отношения руководителей, сотрудников и клиентов банковских структур к социальной политике, реализуемой в финансово-банковской сфере г. Волгограда и Волгоградской области (на примере ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк») // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2013. № 4 (25). С. 227–230.
4. Ващенко А. А., Кузеванова А. Л. Модель развития частного образования в современных российских условиях // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2013. № 1 (22). С. 136–142.
5. Кузеванова А. Л. Управление социальной активностью бизнеса: анализ современного российского опыта // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2010. № 1 (11). С. 126–134.
6. Скугаревский Д. Учет компаниями социальных последствий их деятельности: модели, методы, проблематика // Мировое и национальное хозяйство. 2009. № 1 [Электронный ресурс]. URL: http://mirec.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=106 (дата обращения: 16.12.2013).
7. Андрунакиевич А. Н. Социальная ответственность бизнеса: теория и российская практика // Государственное управление. Электронный вестник. 2008. Июнь. Вып. 15 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.csjournal.com/lib/analyticarticle/490-socialnaja-otvetstvennost-biznesa-teorija-i.html> (дата обращения: 16.12.2013).
8. Официальный портал Министерства печати и информации Волгоградской области [Электронный ресурс]. URL: http://inform.volganet.ru/news/nko/2013/09/news_00003.html (дата обращения: 16.12.2013).
9. Васильева Е. Н., Полтавская М. Б., Кирьянов В. И. Формирование культуры предпринимательства в современной России: институциональный и функциональный аспекты: монография. Волгоград: ПринТерра, 2008. 160 с.
10. Васильев Е. С., Васильева Е. Н. Зависимость инновационной политики предприятия строительного комплекса от эффективности использования технических инноваций и методики оценки инновационно-технического потенциала // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2010. № 1 (11). С. 149–155.
11. 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 года. М., 2001. С. 122–127.
12. Кузеванова А. Л. Кадровый менеджмент как фактор конкурентоспособности предприятия // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2009. № 10. С. 145–149.

REFERENCES

1. Kuzevanova A. L. Social responsibility of modern Russian business and public opinion: experience of the sociological analysis // Magazine of scientific publications of the postgraduate students and persons working on the degree of the doctor of sciences. 2010. # 11. P. 56–60.
2. Kuzevanova A. L. Business and society in Russia: from temple-building to social responsibility (the sociological analysis) // Bulletin of Oryol State University. Series New humanitarian researches. 2010. # 4. P. 202–206.
3. Kuzevanova A. L., Mkrтчян E. R., Lugovaya E. S. Comparative analysis of the attitude of the bank heads, employees and clients to the social policy realized in the financial and bank areas of Volgograd and Volgograd region (on the example of Home Credit and Finance Bank OJSC) // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2013. # 4 (25). P. 227–230.
4. Vashchenko A. A., Kuzevanova A. L. Model of development of private education in modern Russian conditions // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2013. # 1 (22). P. 136–142.
5. Kuzevanova A. L. Management of social activity of business: analysis of modern Russian experience // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2010. № 1 (11). P. 126–134.
6. Skugarevsky D. Companies' accounting of the social consequences of their activity: models, methods, perspective // World and national economy. 2009. # 1 [Electronic resource]. URL: http://mirec.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=106 (date of viewing: 16.12.2013).
7. Andrunakiyevich A. N. Social responsibility of business: theory and Russian practice // Public administration. Electronic bulletin. 2008. June. # 15 [Electronic resource]. URL: <http://www.csjournal.com/lib/analyticarticle/490-socialnaja-otvetstvennost-biznesa-teorija-i.html> (date of viewing: 16.12.2013).