

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАЗАНСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

На правах рукописи

Михеев Игорь Валерьевич

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА
КАК РЕГУЛЯТОР СОЦИАЛЬНОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ
(НА МАТЕРИАЛЕ РЕГИОНОВ ПФО)

Специальность 22.00.04 –
Социальная структура, социальные институты и процессы

Д и с с е р т а ц и я

на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Научный руководитель:
доктор политических наук,
профессор С.А. Сергеев

Казань - 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
 Глава 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ И СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА	
1.1 Концепция социальной напряженности в отечественной и зарубежной социально-гуманитарной науках: понятие и структура	21
1.2 Теоретические подходы к изучению социальной напряженности....	36
1.3 Социальное развитие регионов России: феномен социальной ответственности бизнеса и корпоративной социальной ответственности.....	45
 Глава 2. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА И СОЦИАЛЬНАЯ НАПРЯЖЕННОСТЬ: ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И РЕГУЛИРОВАНИЕ	
2.1 Предрасположенность к социальной напряженности в регионах ПФО: сравнительный анализ.....	78
2.2 Социальные инвестиции как инструмент снижения социальной напряженности.....	104
2.3 Социальная ответственность бизнеса: опыт регионов ПФО.....	120
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	139
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	145
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	157

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в настоящее время в России конструируется проблема социальной роли бизнеса. Исследователи пытаются понять какие социальные функции могут быть возложены на предпринимателей, что может быть обозначено как социально ответственное поведение бизнеса.

Несмотря на значительные положительные успехи экономики России в 2004-2008 и 2011-2013 годах, социальных проблем меньше не стало. Так, по данным Росстата Российской Федерации, численность населения России с доходами ниже прожиточного минимума по итогам 2015 года составила 19,1 миллионов человек или 13,3% от общей численности населения¹. В связи с ростом инфляции доля тех, кто нуждается в помощи, в стране продолжает расти. Существующие у государства ограниченные ресурсы не позволяют своевременно и качественно решать социальные проблемы конкретных территорий, социальных групп, что становится причиной изменения социальной напряженности.

Впервые о социальной ответственности бизнеса руководство государства заявило достаточно давно. В частности, в своем выступлении Президент Российской Федерации В.В. Путин на расширенном правлении Торгово-промышленной палаты Российской Федерации в декабре 2003 года² отдельно остановился на некоторых основополагающих моментах рассматриваемого феномена. Позже, в 2004 году, В.В. Путин коснулся этой темы в своем Послании³ Федеральному собранию.

Необходимо отметить, что в начале кризиса (2008 г.) действующий Президент Российской Федерации Д.А. Медведев, в свою очередь, весьма

¹ О соотношении денежных доходов населения с величиной прожиточного минимума и численности малоимущего населения в целом по Российской Федерации. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/IssWWW.exe/Stg/d01/187.htm

² Расширенное заседание Правления ТПП РФ 23 декабря 2003 г. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://tpprf.ru/ru/news/5877/>

³ Послание Федеральному Собранию РФ 27 мая 2004 г. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://rg.ru/2004/05/26/poslanie-dok.html>

однозначно высказал свое отношение к социально-ответственному бизнесу, сформулировав свой взгляд на сохранение социальной политики в кризисный период для экономики.

Частный бизнес в России в 1990-е годы продемонстрировал неуважение к различным правам – трудовым, семейным, социальным, потребительским, экологическим. В результате неотъемлемой частью комплексной оценки деятельности бизнес-структур данного периода сегодня является синоним «эпоха дикого капитализма». В последние годы ситуация меняется в иную сторону. Бизнес своей деятельностью признает существующие права, инвестируя часть своей прибыли в многочисленные социальные программы. Подтверждением происходящих в сознании бизнесменов изменений является позиция Президента Российского союза промышленников и предпринимателей А.Н. Шохина, который считает, что «экономическая эффективность и социальная ответственность бизнеса сегодня неразделимы»¹.

Вместе с тем в России существует ряд факторов, порожденных социально-экономическими событиями, произошедшими за последнее десятилетие. Эти факторы не позволяют своевременно и качественно решать социальные проблемы конкретных территорий, конкретных социальных групп, повышая тем самым социальную напряженность. Социальная напряженность, в свою очередь, негативно отражается на таких жизненно важных составляющих любого государства, как социально-психологический климат, производительность труда и национальная безопасность, затрудняя его (государства) развитие и модернизацию.

В мире участие предпринимателей в решении разного рода социальных проблем регулируется действующими нормами законодательства. На сегодняшний день почти в каждом регионе России крупные компании уже инвестируют свою прибыль в социальные проекты. Результаты подобной

¹ Экономическая эффективность и социальная ответственность бизнеса неразделимы (интервью А.Н. Шохина) // Корпоративная социальная ответственность . [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://www.csrjournal.com/peoplecsr/1469-jekonomicheskaja-jeffektivnost-i-socialnaja.html> (дата обращения: 6.05.2009)

деятельности свидетельствуют об эволюции понимания бизнес-структур значения собственной эффективной социальной политики. Усиление инвестиций в человеческий капитал создает основу для развития инвестиционной привлекательности как самих компаний, так и снижения социальной напряженности региона в целом.

Оценить объемы социальных программ даже крупного бизнеса в России достаточно сложно из-за отсутствия исчерпывающего понимания что именно относится к социальной помощи. В настоящее время компании занимаются благотворительной деятельностью в сфере социальной помощи, культуры, здравоохранения. Особое внимание при этом уделяется детям. По оценкам "Форума доноров", почти 90% компаний реализуют проекты в области образования¹.

В настоящей работе рассматривается проблема становления новых форм социальных отношений с участием бизнес-структур и возможности их влияния на негативные последствия социальной напряженности.

Степень научной разработанности темы. Исследуемые проблемы охватывают несколько предметных областей, имеющих различную степень научной разработанности. Основной в нашей работе является проблематика *социальной напряженности*. Одним из первых термин “социальная напряженность” стал использовать Э. Дюркгейм, характеризуя «дезинтеграцию как разрыв социальных связей и утраты ценностных ориентиров»².

П. Сорокин³ исследовал причины социальных конфликтов (в частности, революций) и связывал социальную напряженность с уровнем удовлетворения базовых потребностей как отдельных людей, так и целых социальных групп.

¹ Всё о лидерах 2015: по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности - 2015». М.: Форум Доноров, 2015. 166 с.

² Дюркгейм Э. [Durkheim E.] Самоубийство: Социологический этюд / пер, с фр. с сокр.; под ред. В. А. Базарова. М.: Мысль, 1994.

³ Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество. Социальное пространство, социальная дистанция, социальная позиция. Геометрическое и социальное пространство. // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Sorok2/15.php (дата обращения: 7.05.2009).

Т. Парсонс в своих работах считал, что элемент социальной системы сталкивается с противодействием при реализации действия, что и является причиной социальной напряженности и дальнейшего развития конфликтной ситуации»¹.

Особую позицию занимал Р. Мертон, считая, что «социальная напряженность возрастает из-за нарушения равновесия между целями и средствами как характеристиками деятельности социальной структуры»².

З. Бауман³ разрабатывает проблему индивидуальной напряженности, которая проявляется между: выбором и его отсутствием, самосознанием и отсутствием условий для его осуществления, соблазном и насилием, самоопределением и наложенными на него запретами.

Анализ восприятия населением факторов, способствующих росту социальной напряженности, сформулирован теоретическими положениями теории П. Бергера и Т. Лукмана о социальном конструировании реальности⁴.

В первой половине 90-х гг. XX в. феномен социальной напряженности занял прочное место в российских исследованиях. Стоит отметить, что одновременно с научным знанием, термин «напряженность» стал часто встречаться в публицистических изданиях, что свидетельствует о высоком интересе к данной явлению. Помимо этого, были изданы научные работы, специально посвященные теоретическому осмыслению сути социальной напряженности в

¹ Парсонс Т. [Parsons T.] О структуре социального действия. М.: Академический Проект, 2000.

² Мертон Р. [Merton R.] Социальная теория и социальная структура. М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2006.

³ Бауман З. Спор о постмодернизме // Социологический журнал. 1994. № 4. С. 69–80.

⁴ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания: пер. с англ. (1995). / [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://skepdic.ru/wp-content/uploads/2013/05/Berger_Lukman_-_Sotcialnoe_konstruirovanie_realnosti_Skepdic.ru_.pdf

современном социуме: А.А. Давыдов¹, Ю.М. Плюснин², П.И. Куконков³, М.Н. Мухановой⁴, И.В. Пирогов⁵, Е.В. Тучков⁶.

Понятие «социальная напряженность» широко применяется в работах, анализирующих процессы социального развития. Социальная напряженность определяется в таких исследованиях как этап, предвещающий социальные катастрофы, изменения и реструктуризацию социальных отношений.

При этом можно выделить несколько уровней анализа социальной напряженности (уровень индивида, малой группы, национальный уровень), но в рамках нашего исследования рассматривается только социальная напряженность на уровне региона как территориальной единицы.

Отдельного внимания, по-нашему мнению, заслуживает подход, в котором социальная напряженность рассматривается как неотъемлемая часть *социального конфликта*. В частности, Г. Зиммель впервые на новом уровне рассмотрел формы социального взаимодействия. Он был убежден, что для благополучного человеческого существования должен быть достигнут определенный баланс свободы и ограничений. Отсутствие данного баланса, по его мнению, является причиной конфликтов⁷.

Т. Парсонс в своей работе «Структура социального действия» представляет конфликт как социальную болезнь (аномалию). Нормальным состоянием должны быть, по его мнению, отсутствие конфликтов, уравновешенное состояние социальной системы, без признаков социальной напряженности⁸.

¹ Давыдов А.А. Индекс социального неблагополучия // Социологические исследования. 1995. № 10. С. 119.

² Плюснин Ю.М. Скрытая социальная напряженность в российском обществе // Политика. 2013. №2 (69). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/skrytaya-sotsialnaya-napryazhennost-v-rossiyskom-obschestve> (дата обращения: 21.05.2012).

³ Куконков П.И. Проблема конструирования социологической модели социальной напряженности // Материалы III Всероссийского социологического конгресса. Секция 22. 2008. URL: http://www.isras.ru/abstract_bank/1207936844.pdf (дата обращения: 22.01.2014).

⁴ Муханова М.Н. Ценностные установки и поведенческие стратегии студенческой молодежи // Модернизация социальной структуры российского общества (2008) С. 271-285

⁵ Пирогов И.В. Социальная напряженность: теория, методология и методы измерения: автореф. дис. канд. социол. наук. Иваново, 2002.

⁶ Тучков Е.В. Социальная напряженность в регионах Центра России: механизмы диагностики и регулирования: автореферат дис. канд. социол. наук. Орел, 2000.

⁷ Зиммель Г. [Simmel G.] Как возможно общество? / пер. с нем. и примеч. А.Ф. Филиппова // Г. Зиммель. Избранное. М.: Юрист, 1996. С. 509–528.

⁸ Парсонс Т. [Parsons T.] О структуре социального действия. М.: Академический Проект, 2000.

Классиком социальной конфликтологии можно считать Л. Козера¹. Продолжая развивать подход Г. Зиммеля о всеобщности и универсальности конфликта, он предложил учитывать конструктивный (положительный) характер конфликтного взаимодействия на жизнь социума. Данные положения стали одними из основополагающих в теории социального конфликта. По его мнению, дефицит ценностей, ресурсов, власти всегда сопровождает любое общество и является причиной социальной напряженности, которая периодически трансформируется в открытые формы социального конфликта.

Значительный вклад в изучение проблематики социальной напряженности и социальных конфликтов внесли: П.А. Сорокин², Е.И. Степанов³, Л.Э. Жигунов⁴, А.Г. Здравомыслов⁵, В.О. Рукавишников⁶, Г.В. Баранова⁷, А.В. Кинсбургский⁸.

Одним из наиболее интересных для нас при изучении социальной напряженности является феномен *социальной ответственности бизнеса* - формы проявления бизнесом социальной активности, попытки бизнес-структур сформировать свою субъектную роль в региональной (местной) социальной политике. Как доказывают практики и растущий интерес к ним проводимых научных исследований, данный феномен активно развивается в нашей стране на протяжении последних 15 лет. Игнорировать его потенциал в решении социальных проблем невозможно.

В настоящее время в изучении социальной ответственности бизнеса представлено несколько подходов. С развитием независимых форм

1 Козер Л.А. [Coser L.] Функции социального конфликта: пер. с англ / под общ. ред. Л.Г. Ионина. М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуал. книги, 2000.

2 Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество. Социальное пространство, социальная дистанция, социальная позиция. Геометрическое и социальное пространство. // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Sorok2/15.php (дата обращения: 7.05.2009).

3 Степанов Е.И. Современная конфликтология: Общие подходы к моделированию, мониторингу и менеджменту социальных конфликтов: Учебное пособие. — М.: Издательство ЛКИ, 2008. — 176 с. ISBN 978-5-382-00451-8

4 Жигунов Л.Э. Социальное партнерство путь к решению проблем социальной напряженности // Материалы Всерос. науч.-практ. конф. 4.1. «Социальные движения: истоки, проблемы, перспективы». - Шахты, 1996. С.29-36.

5 Здравомыслов А.Г. Межнациональные конфликты в постсоветском пространстве / 2-е изд. - М.: Аспект Пресс, 1999.-286 с. ISBN 5-7567-0126-5

⁶ Рукавишников В.О. Межличностное доверие: измерение и межстрановые сравнения // Социологические исследования. 2008. №2 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/61535706>

⁷ Баранова Г. В., Социальный протест как форма гражданской активности // В мире научных открытий. 2014. №7.2(55) С. 1067-1078.

⁸ Кинсбургский А.В. Социальная напряженность и региональные конфликты / Региональная социология: проблемы консолидации социального пространства России. Институт социологии РАН, 2015. с. 289-328

экономической деятельности в первой половине XX века частью ответственности становятся не только материальные ресурсы, но и этические нормы, регулирующие социально-экономическое устройство отдельных групп.

К концу XX века категория ответственности стала трансформироваться, а Ф. Фукуяма выдвинул идею о "конце истории" и "последнем человеке", для которого ответственность исчезает вообще¹.

В XX в. возникло понимание, что ответственность можно изучать не только через призму индивида, но и социальной группы. В этот момент и появился термин «социальная ответственность», которому присущи элементы социального контроля, а также осознание роли индивида в этом процессе. Кроме этого, социальную ответственность стали изучать и через призму социальных структур.

В основе данного подхода находится тезис об обязательстве бизнес-структур перераспределять часть ресурсов в пользу местного сообщества, так как он является её непосредственной частью.

В научных исследованиях отражено заметное расхождение подходов о понимании целей компаний, занимающихся социальной ответственностью. Причина сложившейся ситуации лежит в достаточно широком наборе мнений о содержании концепции социальной ответственности бизнеса. С одной стороны, компания является экономическим субъектом, основная цель деятельности которой генерация прибыли и забота о собственной финансовой устойчивости. Поступая подобным образом, бизнес-структура производит продукцию и услуги, востребованные местными жителями.

Данная точка зрения выражается в понимании ключевой роли бизнеса в направлении ресурсов на увеличение прибыли при соблюдении установленных норм, правил конкурентной борьбы, исключения «серых» решений и нарушения закона¹. Данному подходу соответствует модель корпоративной социальной ответственности. На практике отдельные элементы данной модели стали

¹ Фукуяма, Ф. [Fukuyama F.] Конец истории и последний человек / Ф. Фукуяма. ООО "Издательство АСТ: ЗАО НПП "Ермак", 2004. – 588 с.

внедряются собственниками бизнеса в Европе и США уже в конце XIX – начале XX столетий.

С другой стороны, формируется позиция, согласно которой бизнес-структура – это нечто большее, чем просто экономическая субъект. Данный подход понимает бизнес-структуру как сложный составной комплекс, неотъемлемой частью которого является его окружение (партнерское, политическое, социальное), от которого зависит успешность его деятельности. К окружающим его элементам относят местное сообщество, поставщиков, акционеров, потребителей, общественные организации, средства массовой информации, профессиональные объединения и органы местной власти. Данное весьма неоднородное окружение напрямую и косвенно влияет на устойчивость бизнес модели, достижение бизнес-структурой ключевых целей и успешность её деятельности. Следуя данному подходу, компания вынуждена постоянно стремиться к постоянному динамическому равновесию с целью своевременно учесть потребности тех или иных групп собственного окружения. Данному подходу соответствует иная модель – социальной ответственности бизнеса. Впервые данное определение было описано в Г. Боуэном в 1953 году в работе «Социальная ответственность бизнесмена»².

Согласно данной модели бизнес-структуры несут ответственность перед обществом, в котором существуют и накапливают капитал. Помимо своих прямых обязательств по своевременной выплате заработной платы или соблюдению норм охраны труда, бизнес-структуры направляют часть своих ресурсов на социальное развитие общества, используя для этого различные инструменты. В российском обществе, благодаря наследию традиций благотворительной деятельности в дореволюционный период XX века, развитой системе и высокому уровню социальной поддержки (в первую очередь, работающего населения) в 60-80-е годы XX века, а также уже реализованным успешным социальным проектам компаний, сложились определённые

¹ КСО в международном понимании / Журнал «Устойчивый бизнес», 2008./ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://csrjournal.com/471-kso-v-mezhdunarodnom-ponimanii.html> (дата обращения 2.04.2016)

² Bowen H. Social Responsibilities of the Businessman. N. Y.: Harper & Row (1953)

представления и ожидания в отношении того, как должна действовать бизнес-структура, чтобы приобрести высокий уровень одобрения в обществе. В значительной мере, данная характеристика определяется общественными ожиданиями, которые свидетельствуют об очень широкой социальной роли бизнеса, включая образование, здравоохранение, социальную помощь и экологию.

В то же время, существуют различные определения социальной ответственности, сформулированные разными исследователями. Например, в документах Европейской комиссии ООН приводится следующее определение корпоративной социальной ответственности: «Корпоративная социальная ответственность по своей сути является концепцией, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды»¹. Это одно из множества определений социальной ответственности бизнеса, существующих в научном дискурсе ученых из Европы и США. Весомый вклад в исследование социальной ответственности внесли западные исследователи: Д. Деринг², Дж. Ролз³, Э.Фриман⁴, Д.Кристофер⁵.. Ими были изучены различные аспекты взаимодействия бизнеса, общества и государства. При этом, большинство из них понимают социально ответственное поведение как этическую норму или как концепцию юридической ответственности, интегрированных в структуру управления бизнесом.

В 90-е годы XX века произошло «воскрешение» дореволюционного явления благотворительности, являющегося более традиционным для нашей страны. «Благотворительность — это деятельность, посредством которой частные ресурсы добровольно распределяются их обладателями в целях содействия

1 The Challenges of Corporate Social Responsibility. Towards Constructive Partnership.//The Phillip Morris Institute for Public Policy Research ASBL, Brussels, Belgium, 2000. / [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://csrjournal.com/formirovanie-korporativnoj-socialnoj-otvetstvennosti>

2 Деринг Д. Либерализм: размышления о свободе. М., 2001.

3 Ролз, Дж. Теория справедливости. 1995. / [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://kant.narod.ru/rawls.htm>

⁴ Freeman R., Edward S., Ramakrishna Velamuri, Brian Moriarty Company Stakeholder Responsibility: A New Approach to CSR // Business Roundtable Institute for Corporate Ethics (2006). / [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.touroinstitute.com/csr.pdf>

⁵ Geczy Christopher C., Robert F. Stambaugh, David Levin Investing in Socially Responsible Mutual Funds // Working Paper, The Wharton School of the University of Pennsylvania, 2003.

нуждающимся (в широком смысле слова) людям, для решения общественных проблем, а также усовершенствования условий общественной жизни»¹. Среди форм благотворительности можно выделить две основных – частную и корпоративную (когда субъектом помощи становится бизнес-структура).

Существует два синонимичных термина, приводимые в исследованиях благотворительности – филантропия и меценатство. Понятия, с функциональной точки зрения, различаются следующим. Филантропия – это оказание благотворительной помощи людям, меценатство – поддержка проектов в области культуры, науки и искусства. Иными словами, меценат поддерживает не самого человека, а его талант. Крайне редко в исследованиях можно встретить еще один термин – «спонсорство». В этом вид непрофильного использования средств компания продвигает свой бренд за счет проводимых под его маркой благотворительных акций (в том числе с элементами маркетинга), что накладывает на получателя некоторые обязательства. Отличительными чертами благотворительности являются ее бессистемность, разовость и краткосрочность эффекта.

Принципиально отметить, что социальная ответственность бизнеса – это не благотворительность. Поэтому для обозначения долгосрочных вложения средств бизнес-структурами в социальную сферу с целью заметного изменения качества жизни населения через конструирование и применение новых технологий использования ресурсов среди различных социальных групп с учетом их потребностей применяется термин «социальные инвестиции». Политика социального инвестирования наиболее полно отражает цели активной позиции бизнес-структур в сфере решения социальных проблем территории. Сам термин появился в работах американского экономиста Теодора Шульца в 60-е – 70-е годы XX века с целью расширения понимания инвестиций в человеческий капитал на примере образования не только как потребительских издержек, а как долгосрочных капиталовложений².

¹ Апресян Р.Г. Филантропия: милостыня или социальная инженерия? // Общественные науки и современность. №5. 1998. С.51.

² Schultz, Theodore W. Investment in human capital: the role of education and of research. N. Y. 1971.

Социальные инвестиции являются частью системной социальной политики бизнеса, реализуя на практике приоритеты и задачи развития социальной сферы, устанавливаемые всеми сторонами договора: государством, бизнес-структурами и общественными организациями. Если благотворительностью в России чаще занимается средний и малый бизнес, то социальные инвестиции характерны, прежде всего, для крупных компаний.

В работах российских исследователей наиболее полное отражение вопрос социальной ответственности бизнеса нашел у С. Литовченко¹, М. Либоракиной², Ю.Благова³, Г.Кошарной⁴, А.Ярового⁵, В. Якимца⁶. Этими авторами описаны общие характеристики, структура и функционирование механизма западной и российской моделей социальной ответственности бизнеса, проведен анализ российских практик в области социальных инвестиций на протяжении последних пятнадцати лет.

В этих работах авторами не уделено существенного внимания вопросам оценки социальной ответственности бизнеса как социального феномена в Российской Федерации.

Однако наибольший интерес представляют для нас исследования В. Якимца. В его работах обоснована концепция межсекторного социального партнерства (МСП). В ней в качестве субъектов партнерства автор рассматривает три основных сектора общества: власть, бизнес и некоммерческие организации, а в качестве предмета партнерства – весь спектр социальных проблем. В. Якимец отмечает, что суть МСП состоит в налаживании конструктивного взаимодействия между тремя данными силами, действующими

1 Доклад о социальных инвестициях в России / под общ. ред. С.Е. Литовченко. М.: Ассоциация менеджеров, 2008. 90 с.

2 Социально ответственный бизнес: глобальные тенденции и опыт стран СНГ / Под ред. М.И. Либоракиной. М.: Фонд «Институт экономики города», 2001.

3 Доклад о социальных инвестициях в России — 2014: к созданию ценности для бизнеса и общества / Ю. Е. Благов (и др.); под общ. ред. Ю. Е. Благова, И. С. Соболева. СПб.: Авторская творческая мастерская (АТМ Книга), 2014.

4 Кошарная Г.Б. Социальная ответственность субъектов предпринимательства: история и современность // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2014. № 1. С. 100–108.

5 Яровой А. Возможности власти в развитии социальной ответственности российского бизнеса // Власть. - 2009. - № 10. - С.15-19

6 Якимец В.Н Социальные инвестиции российского бизнеса: механизмы, примеры, проблемы, перспективы: Т. 18. М.: КомКнига, 2005. 184 с.

в социальном пространстве государства, области, города или иной территории, для реформирования и совершенствования функционирования социальной сферы¹. При этом, субъекты каждого сектора имеют разные ресурсные возможности для участия в решении социальных проблем. У них разные представления о самой природе этих проблем. В результате, автор идентифицирует и обосновывает базисную систему семи основных полей пространства МСП.

Роль бизнеса в общественном развитии», подготовленном Программой развития ООН (ПРООН) и Ассоциацией менеджеров России, также дается весьма расширенное толкование понятий корпоративной ответственности и корпоративной социальной ответственности применительно к России. Однако в определении корпоративной социальной ответственности, данном в Докладе, обращают на себя внимание два момента: добровольность социальных инвестиций и их деление на внутренние (для персонала компании) и внешние (для гражданского общества и местных сообществ).

В целом, с учетом специфики композиционного характера изучаемой проблемы:

- существуют существенные отличия в подходах и степени актуализации социальной ответственности на Западе и в России;
- предметные области не располагают работами, посвящёнными исследованию социальных инвестиций как инструмента влияния на социальную напряженность.

В проведенных исследованиях авторами не уделено существенного внимания вопросам оценки социальной ответственности бизнеса как социального феномена в Российской Федерации. Кроме этого, большинство исследователей не уделяет должного внимания эффективности реализуемых

¹ Якимец В.Н. О развитии межсекторного социального партнерства в России: новые конструктивные механизмы, научные и практические задачи// Коллективная монография «Взаимодействие власти и гражданского общества в контексте трансформации российского общества: от конфронтации к партнерству» [ред. колл.: Л.И. Никовская (отв. ред.), Молокова М.А., В.Н. Якимец]. Курск-Москва: ИС РАН, 2014, сс. 225-242

бизнесом социальных инициатив, а работы не содержат анализа механизма воздействия социальных инвестиций на социальную структуру современного общества. В настоящее время работы, изучающих роль социальной ответственности бизнеса в регулировании социальной напряженности нет.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о недостаточной проработанности предметной области. Поэтому **Объектом** исследования выступает социальная напряженность. **Предмет** исследования – социальная ответственность бизнеса как регулятор снижения социальной напряженности региона.

Цель работы – исследование практик социальной ответственности бизнеса как регулятора социальной напряженности.

Задачи исследования:

- 1) осуществить комплексный анализ существующих подходов к изучению социальной напряженности;
- 2) уточнить понятие «социальная ответственность бизнеса»;
- 3) определить специфику и проанализировать особенности социальной напряженности в России;
- 4) проанализировать особенности реализации социально ответственных практик бизнеса в российских регионах;
- 5) определить значение социальных инвестиций в образование, культуру, социальную защиту, здравоохранение для снижения социальной напряженности в регионе.

Гипотеза исследования.

Регулирующая роль бизнеса в сферах образования, культуры, социальной защиты, здравоохранения может содействовать снижению уровня социальной напряженности, так как эти сферы являются наиболее важными и определяют качество жизни территории, являются ключевыми в формировании уровня социальной напряженности региона, определяют предрасположенность региона

к изменению уровня социальной напряженности. Успешные социально ответственные практики бизнес-структур в этих сферах локально повышают уровень жизни, оказывая значительное влияние на социальную стабильность в регионе. Чем активнее и системнее бизнес включается в решение локальных социальных проблем, тем ниже предрасположенность региона к росту социальной напряженности.

Соответствие темы диссертации требованиям Паспорта специальностей ВАК. Диссертация выполнена по специальности 22.00.04 – «Социальная структура, социальные институты и процессы».

Тема диссертации соответствует паспорту специальностей научных работников ВАК Министерства образования и науки РФ (социологические науки):

п.4 «Теории социальной дифференциации/интеграции. Критерии социально-экономической дифференциации»;

п.29 «Проблемы социальных конфликтов, социальной напряженности, проявления группового, корпоративного эгоизма».

Теоретико-методологическую базу исследования составили фундаментальные идеи и концепции в области социологии, психологии, конфликтологии, характеризующие с разных позиций структуру социальных изменений.

В работе использованы следующие общенаучные принципы и методы: теория социальных институтов и социального порядка, теория социальной напряженности (Э. Дюркгейм), системный подход (Т. Парсонс, П.А. Сорокин, Т. Лукман, А.А Давыдов), концептуальные положения социальной структуры Р. Мертон, социологическая теория конфликта (Г. Зиммель).

Информационная и эмпирическая база исследования:

I. Авторские исследования 2008–2015 г.:

- 1) Контент-анализ материалов информационных агентств федерального и регионального уровня («Российская газета», «Коммерсантъ», «REGNUM», «Татар-информ», «Бизнес-онлайн», Эксперт); сообщений пресс-служб

крупных коммерческих компаний (Татнефть, Лукойл, Алроса, Норникель, PWC, Сбербанк) с 2002 по 2015 гг. (N=49). Подбор материалов производился по поиску словосочетаний «социальные инвестиции», «социальная ответственность бизнеса», «корпоративная социальная ответственность».

- 2) Экспертное интервью, проведенное с заместителями руководителей и руководителями подразделений (Пермский край, Татарстан), отвечающих в компаниях «Ак Барс Банк», «Лукойл-Пермь», «Эссен Продакшн АГ», «Мотовилихинские заводы», «Татнефть», «КАПО им Горбунова», «КАМАЗ», «Завод им Горького» за социальную политику и стратегическое развитие (N=8, 2008 год)
- 3) Формализованное интервью (телефонный опрос) руководителей малого и среднего бизнеса Татарстана (январь 2016 года, N=202)

II. Вторичный анализ:

- 1) Данных исследований, проведенных ВЦИОМ июнь 2008, N=1200; ВЦИОМ, июнь 2010, N=1200; ФОМ, август 2014, N=1500; ФОМ, май 2014, N=1800; Аналитическим центром «Э-У», май 2014, N=42; РСПП, июнь 2015, N= 378, об отношении населения России к участию бизнеса и некоммерческих организаций в решении социальных проблем.
- 2) Результаты исследований отечественных ученых (Г.В. Барановой, А.В. Кинсбургского) о влиянии социальных институтов на социальные конфликты, социальную напряженность и развитие территорий.

III. Действующие нормативно-правовые акты Российской Федерации и Республики Татарстан (1996-2016 гг.), регулирующие вопросы оказания социальной помощи, благотворительности, деятельность некоммерческих организаций

IV. Данные Федеральной службы государственной статистики, Ассоциации менеджеров России, «Единого архива экономических и социологических данных» за 2002–2015 гг.

Научная новизна исследования:

- 1) обобщены и систематизированы социологические концепции социальной напряженности;
- 2) дана авторская интерпретация понятия социальной ответственности бизнеса;
- 3) проанализированы особенности и выявлены причины незначительного распространения практик социальной ответственности бизнеса в социальной сфере России в последние два десятилетия; предложена авторская периодизация становления социальной ответственности бизнеса в России за последние 20 лет;
- 4) проведен анализ и выявлены особенности региональных социально ответственных практик бизнеса;
- 5) определено значение социальных инвестиций в социальную сферу; на основе проведенного исследования разработана авторская методика комплексного индекса склонности региона к социальной напряженности.

Практическая значимость исследования.

Материалы и результаты диссертации могут быть использованы органами исполнительной власти регионов для повышения эффективности управления социальной сферой.

Предложенный комплексный индекс расчета предрасположенности региона к социальной напряженности может быть использован для:

- оценки взаимодействия государственных структур, бизнеса и местного сообщества в организации решения конкретных проблем конкретного региона;
- расширение исследовательского поля феномена социальной напряженности
- вузовских курсов по социологии конфликтов.

Апробация результатов исследования.

Диссертационная работа обсуждена и рекомендована к защите на заседании кафедры социальной работы, педагогики и психологии ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет».

Основные положения диссертационной работы изложены на IV, VI Республиканских студенческих научных конференциях по гуманитарным наукам (Йошкар-Ола, 2004, 2006); VI Международной научной конференции студентов и молодых ученых (Киев, 2006); XIV Международной молодежной научной конференции «Туполевские чтения» (Казань, 2006); X международной научной конференции «Вавиловские чтения» (Йошкар-Ола, 2006); Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Шевченковская весна» (Киев, 2007); XIV Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» (Москва, 2007); VI Международной научной конференции студентов и молодых ученых (Харьков, 2008); Всероссийской научно-практической конференции «Ковалевские чтения» (Санкт-Петербург, 2008); Международной научно-практической конференции «Социальные инновации в развитии трудовых отношений и занятости в XXI веке» (Нижний Новгород, 2014) (всего 16 публикаций общим объемом 4,5 п.л., и в 4 изданиях, рекомендованных ВАК объемом 3,1 п.л).

Положения, выносимые на защиту:

- 1) социальная напряженность - это динамический феномен, формирующийся на основе высокого уровня нестабильности эмоционального состояния группы населения в латентной стадии развития конфликтной ситуации. Ухудшение качества жизни является основополагающим фактором изменения социальной напряженности. В ходе исследования выявлена специфика предрасположенности регионов России к изменению уровня социальной напряженности в зависимости от качества жизни и экономических перспектив региона;

- 2) социальная ответственность бизнеса - это добровольная деятельность бизнес-структур, направленная на развитие общества в социальной сфере, имеющая в своей основе стратегические цели, интересы и выходящая за рамки основной деятельности компании;
- 3) причинами незначительного распространения практик социальной ответственности бизнеса в социальной сфере России в последние два десятилетия являются отсутствие завершеного целеполагания у бизнеса; желание снизить организационные издержки; отсутствие профильных специалистов; административное давление со стороны региональных властей, пытающихся навязывать определенные формы социальной помощи, директивно определять целевые группы получателей.
- 4) в основу разработанной методики комплексного индекса склонности региона к социальной напряженности в российской практике легло соотношение качества жизни региона и положение региона в рейтинге инвестиционного потенциала Российской Федерации.
- 5) социальные инвестиции, являясь системными практиками бизнес-структур, направленными на решение конкретных социальных проблем, позволяют влиять на уровень социальной напряженности региона. вложения в социальную сферу в долгосрочной перспективе снижают риски, создавая более благоприятные условия для развития бизнеса.

Структура работы. Диссертация, изложенная на 137 страницах, состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы (135 наименований) и приложений.

Глава I. Теоретико-методологические аспекты исследования социальной напряженности и социальной ответственности бизнеса

1.1 Концепция социальной напряженности в отечественной и зарубежной социально-гуманитарной науках: понятие и структура

Особенность общественного сознания состоит в стремлении к упрощению оценки происходящих событий. Как правило, человек стремится определить единственную первопричину, воспользоваться предложенным стереотипом. В условиях наращивания элементов информационного общества, где информация, ее количество и скорость ее распространения играет определяющую роль, некорректная оценка быстро становится нормой и получает статус единственно возможной истины. В результате, в сознании людей на долгий период времени формируются «штампы» например об особенностях жизни в Северной Корее или характерных чертах выходцев из Кавказа. В значительной степени нечто подобное происходит и с термином «социальная напряженность».

Как и во многих новых феноменах, изучаемых не столь продолжительное время по меркам классической гуманитарной науки, без четкого, проработанного базового понятия затруднительно не только строить теоретический анализ, но и проводить эмпирические исследования. Тем более, что конечной задачей глубокого и всестороннего изучения социальной напряженности в рамках конфликтологии и социологии является создание эффективных инструментов для последующей профилактики и предотвращения конфликтных ситуаций в любых сферах жизнедеятельности. Поэтому целью данной части диссертационной работы является анализ существующих подходов к изучению социальной напряженности в российской и зарубежной науках.

Термин «напряженность» на протяжении долго периода времени изучали непосредственно в структуре конфликта. Конфликт в целом и социальную напряженность, в частности, стали изучать в XIX веке. Однако, наибольший интерес представляют зарубежные работы второй половины XX века. В

частности, психологи Л. Фестингер¹, К. Левин², проводили изучение психической напряженности с позиции теории поля.

Социальная напряженность изучалась в основном в психологии и социологии в непосредственной связи с феноменами аномии, тревожности, фрустрации, агрессии. В конфликтологии понимание данного явления строилось на изучении межличностных и межнациональных противостояний, групповых кризисов и социальных потрясений³.

Часть исследователей сходятся в том, что в российской гуманитарной науке у истоков изучения сути социальной напряженности в 60-80-е гг. XX века стояли психологи. Проблема психической напряженности, как одно из составляющих напряженности индивидуальной, подробно изучалась в отечественной психологии в рамках проектов по изучению специфики и характера деятельности профессиональных групп, занятых на предприятиях со сложными условиями труда и испытывающих сильные нагрузки.

В результате, под «психической напряженностью» обычно понимают «предвосхищение субъектом неблагоприятного для него развития событий» или «состояние, сопровождающее деятельность в неблагоприятных условиях»⁴.

В отечественной науке термин социальной напряженности стал использоваться в начале 90-х XX века. В этот период был проведен ряд научных исследований, посвященных указанной тематике⁵. В этот период были предложены первые специальные методики и процедуры для детального изучения и измерения социальной напряженности, основанных как на результатах социологических исследований, так и на статистических данных.

В настоящее время не существует единой теории в социологии или конфликтологии, которая бы целостно описала социальную напряженность.

¹ Фестингер Л. [Festinger L.] Теория когнитивного диссонанса: пер. с англ. А. Анистратенко, И. Знаешева. СПб.: «Ювента», 1999. URL: http://www.books.sh/blib_109063.html (дата обращения: 8.10.2012).

² Левин К. Теория поля в социальных науках / Пер. с англ. - СПб.: Сенсор, 2000б. - 368 с.

³ Михеев И.В. Понятие социальной напряженности в отечественной и зарубежной социально-гуманитарной науке. // Вестник Казанского технологического университета. Казань.: КГТУ, 2010. С. 206-212

⁴ Пирогов И.В. Социальная напряженность: теория, методология и методы измерения: автореф. дис. канд. социол. наук. Иваново, 2002.

⁵ Рукавишников В.О., Иванов В.Н., Козлов В.Б. и др. Социальная напряженность: диагноз и прогноз // СОЦИС. 1992. №3. С.3-23.

Подтверждением данного факта служат существующие определения социальной напряженности. Так, например, И.В. Пирогов предлагает следующее определение социальной напряженности: «это специфическое состояние общественных отношений, основанное на неудовлетворенных потребностях индивидов и характеризующее нестабильность социальной системы»¹.

Н.С. Данакин вкладывает в понятие социальной напряженности следующее понимание как «состояние социальной системы, содержание которой составляет процесс возникновения и развития противоречивости отношений, интересов, действий людей, социальных групп, институтов и общества в целом»².

В.О. Рукавишников предлагает рассматривать социальную напряженность как «отражение определенное духовное состояние индивидов и социальных групп, подчас весьма значительных, их эмоции, неудовлетворенность существующим положением, отношение к происходящему, к другим индивидам и группам, от которых в существенной мере зависят мотивы их общественного поведения»³.

Иная точка зрения высказывается М.Н. Мухановой. Она считает, что социальная напряженность отражается в сознании человека как объективная характеристика окружающей действительности. В следствии этого, социальная напряженность закрепляется в негативных устойчивых эмоциях, чувствах⁴.

Иное определение предлагает А.В. Дмитриев, формулируя социальную напряженность как эмоциональное состояние группы или общества в целом, вызванное давлением природной или социальной среды и продолжающееся, как правило, в течение более или менее длительного времени⁵.

1 Пирогов И.В. Социальная напряженность: теория, методология и методы измерения: автореф. дис. канд. социол. наук. Иваново, 2002. С.7

2 Данакин, Н.С. Механизмы социальной регуляции и технологии управления конфликтом / Н.С.Данакин, Л.Я.Дятченко, В.И. Сперанский // Социально-политический журн. – 1998. - №3. - С. 154.

³ Рукавишников В.О., Иванов В.Н., Козлов В.Б. и др. Социальная напряженность: диагноз и прогноз // СОЦИС. 1992. №3. С.18.

⁴ Муханова, М.Н. Ценностные установки и поведенческие стратегии студенческой молодежи // Модернизация социальной структуры российского общества / М.Н. Муханова. - М.: Изд-во Ин-та социологии РАН, 2008. - С. 273

⁵ Дмитриев А.В. Конфликтогенность миграции: глобальный аспект // СОЦИС. 2004. №10. С.7.

По убеждению ряда исследователей эмоциональный базис не всегда является основной причиной формирования социальной напряженности. В определении Е.В. Тучкова социальная напряженность формулируется на комплексной характеристике состояния региона. «Она включает в себя неудовлетворенность жизненными условиями, самооценку повседневного настроения, материального благосостояния семей, оценку экономического положения страны, показатели социального оптимизма, касающиеся сферы экономики, политической ситуации, степень доверия властям и др. На этой основе формируется представление о завтрашнем дне, чувство защищенности, социальный оптимизм»¹.

Представленные определения позволяют сделать вывод о ключевой роли в нарастании социальной напряженности изменения эмоционального уровня, который стал следствием возникновения неудовлетворенности отдельного человека или целой социальной группы. Это демонстрирует сохранение преемственности современных подходов к определению социальной напряженности и исторически сформированного психологического базиса².

Особенность ряда современных работ является признание роли социальной напряженности как исключительно деструктивного социального феномена, приносящего серьезные структурные трансформации в сообщество. В связи с тем, что феномен социальной напряженности, является, по нашему мнению, неотъемлемой частью социального конфликта, он несет в себе и конструктивную составляющую, позволяющую индивидам и целым социальным группам меняться, приобретая новые качества и наращивая человеческий потенциал.

«Если в отечественной социологии социальная напряженность рассматривается как одна из наиболее существенных характеристик внутригрупповых и межгрупповых отношений, то в зарубежной науке эта

1 Тучков Е.В. Социальная напряженность в регионах Центра России: механизмы диагностики и регулирования: автореферат дис. канд. социол. наук. Орел, 2000.

² Михеев И.В. Понятие социальной напряженности в отечественной и зарубежной социально-гуманитарной науке. // Вестник Казанского технологического университета. Казань.: КГТУ, 2010. С. 206-212

проблема не получила столь широкого признания и распространения. Связано это прежде всего с тем, что на Западе социальная напряженность тоже трактуется по-разному: как «оппозиция или ссора, которые могут возникнуть на основе несовместимости социальных ценностей как «несовпадение инициатив», как «разрыв между ожидаемым и реальным удовлетворением потребностей». При этом термин «социальная напряженность» для характеристики специфической социальной ситуации относительно редко используется в западных социальных науках. Это во многом объясняется тем, что его появлению там предшествовала разработка целого комплекса понятий для описания неустойчивости и противоречивости социальных отношений и взаимодействий между элементами социальной системы»¹.

В зарубежной социологии зачастую связывают социальную напряженность с понятием аномии, введенном Э. Дюркгеймом. Он связывал аномию с отсутствием органической солидарности и широким распространением самоубийств в современном ему обществе².

Р. Мертон, развивая подход Э. Дюркгейма, в свою очередь, сформулировал тезис о социальной аномии как источнике различных форм отклоняющегося поведения, причиной чего является принятие или непринятие существующих ценностей. Таким образом, Р. Мертон в своей работе «Социальная теория и социальная структура» использует понятие «социальная напряженность»³.

О самом же понятии «напряжения» говорит Т. Парсонс. В «Структуре социального действия» он указывает, что нормативный элемент, встречая сопротивление при реализации социального действия, является источником социальной напряженности и потенциального конфликта⁴.

Вышеуказанные подходы демонстрируют наличие в западной социологии традиционного подхода к осознанию и изучению социальной напряженности

¹ Пирогов И.В. Социальная напряженность: теория, методология и методы измерения: автореф. дис. канд. социол. наук. Иваново, 2002.

² Дюркгейм Э. [Durkheim E.] Самоубийство: Социологический этюд / пер, с фр. с сокр.; под ред. В. А. Базарова. М.: Мысль, 1994. С. 89

³ Мертон Р. [Merton R.] Социальная теория и социальная структура. М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2006. С. 133.

⁴ Парсонс Т. [Parsons T.] О структуре социального действия. М.: Академический Проект, 2000. С. 322

через поведение индивида и психологического состояния в различных социальных ситуациях. На этой основе некоторые исследователи пытаются вывести категорию напряженности за пределы социологической науки¹.

Существует также и иной подход (Г. Салливан), характеризующий «напряженность» как элемент межнациональных отношений². Л. Козер, считает, что «подавление различного рода напряженностей в социальной системе может привести к острому конфликту по базовым ценностям, затрагивающим основы общественного согласия»³.

Зачастую определенные исторически сложившиеся в обществе социальные, политические и экономические угрозы служат основным фундаментом для возникновения и роста социальной напряженности. Стоит отметить, что в США, где были созданы основные работы по социальной напряженности, был достаточно долгий период социальной стабильной, что не могло не сказаться на подходах и структуре анализа рассматриваемого нами феномена. В работе ряда американских социологов понятие «напряженность» чаще всего используется для характеристики ментального и физического самочувствия отдельных индивидов⁴.

В целом, в современной социологии понятие напряженности является основным в теории социального стресса. В основе этой проблематики – гипотеза о негативном влиянии неблагоприятных жизненных событий на физическое здоровье человека, впервые сформулированная Г. Селье еще в 1956 г. Исследования позволили распространить этот подход на сферы ментального здоровья, невроза и депрессии. Ключевая роль в этих исследованиях отводится

1 Баранова Г.В. Методология и методика измерения социальной напряженности // Социологические исследования. 2012. № 3. С. 50-65.

2 Салливан Г. [Sullivan G.] Интерперсональная теория в психиатрии / Пер. с англ. СПб: Ювента, 1999. С. 112

³ Козер, Л.А. Функции социального конфликта / Л.А. Козер; Пер. с англ. О.А.Назаровой; Под общ. ред. Л.Г.Ионина. - М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуал. книги, 2000. С. 92

⁴ Михеев И.В. Понятие социальной напряженности в отечественной и зарубежной социально-гуманитарной науке. // Вестник Казанского технологического университета. Казань.: КГТУ, 2010. С. 206-212

изучению удовлетворенности индивидов социально-экономическим статусом, здоровьем, семьей, психическими расстройствами¹.

Это, по нашему мнению, позволяет сделать вывод об уникальности российского опыта в исследовании социальной напряженности. Более того, опыт социальных изменений двух последних десятилетий в России создал серьезные разногласия о причинах возникновения социальной напряженности.

Уровень социальной напряженности зависит от ожиданий населения. Некоторые авторы к основным причинам социальной напряженности относят, например, «систематические ошибки и просчеты в стратегических и тактических действиях государственных органов управления в области социальной политики»².

Другие авторы возникновения социальной напряженности связывают только с противоречиями социально-экономического (в т.ч. материально-бытового) и политического характера. Однако данный подход представляется нам неполным. По нашему убеждению, определяющим в исследовании является направление изучения социальной напряженности как комплексной социальной характеристики. Мы посчитали возможным сформулировать следующие направления:

- политическое – изучение влияния социальной напряженности на политическую ситуацию региона и электоральное поведение;
- динамическое – определяет социальную напряженность движущей силой социального развития;
- психологическое – изучает социальную напряженность с позиций, прежде всего, индивидуальной напряженности, а также психоэмоционального состояния индивида;

¹ Стресс жизни: Сборник./ Составители: Л. М. Попова, И. В. Соколов. (О. Грегор. Как противостоить стрессу. Г. Селье. Стресс без болезней.) – СПб.: ТОО “Лейла”, 1994. 384 с.

² Тучков Е.В. Социальная напряженность в регионах Центра России: механизмы диагностики и регулирования: автореферат дис. канд. социол. наук. Орел, 2000

- конфликтологическое – считает социальную напряженность неотъемлемой частью функционирования любой социальной системы.

На сложность феномена социальной напряженности, представления о ней, изучения ее факторов указывает и следующее. Для ряда исследователей характерен подход к пониманию социальной напряженности через события, которые их окружают. Безусловно, такова особенность ряда исследований не только в социологии, но и в конфликтологии, психологии. Однако, спустя некоторое время, другими исследователями универсальность и объективность полученных выводов подвергается очевидному сомнению. Вот какие четыре группы факторов, влияющих на усиление социальной напряженности, выделяет Е.В. Тучков в своей работе:

- снижение уровня жизни, отсутствие уверенности в завтрашнем дне, спад производства, рост цен, инфляция, безработица;
- политическая нестабильность и кризис власти, противоборство политических сил, отсутствие конкретных программ по выводу страны из кризиса, зависимость от иностранных кредиторов, готовность населения к протестному поведению, вооруженные конфликты на территории РФ, депривация населения;
- рост преступности; криминализация экономики, криминал во власти, коррупция, отсутствие уверенности в защите своих прав в законном порядке;
- уровень здравоохранения, демографические и экологические проблемы¹.

В силу ряда обстоятельств некоторые позиции приведенной классификации утратили актуальность с течением времени. Для каждого временного периода, по нашему мнению, в котором находится то или иное сообщество, характерен свой «набор» факторов, формирующих социальную напряженность. В целом, в основе накопления потенциала социальной напряженности лежит неустойчивость эмоционального состояния,

¹ Тучков Е.В. Социальная напряженность в регионах Центра России: механизмы диагностики и регулирования: автореферат дис. канд. социол. наук. Орел, 2000.

неудовлетворенность, возникающая в результате конфликта интересов и потребностей различных социальных субъектов – как индивидов, так и целых социальных структур. Подобные состояния и их последующие проявления являются причиной осознания реальности возникшего противоречия возможного сценария развития ситуации.

По нашему мнению, социальная напряженность – это многогранный динамический феномен, характеризующий состояние группы вне зависимости от ее масштаба, формирующийся на основе высокого уровня нестабильности эмоционального, духовного и психического состояния индивидов, определяемого интенсификацией движения (обмена) социальной энергии. Социальная напряженность является промежуточным (начальным) этапом социального конфликта и может носить как деструктивный, так и конструктивный характер.

В работах отечественных социологов трактовка данного понятия часто приобретает исключительно субъектно-ситуационный характер. Причиной этого является то, что мониторинги социальной напряженности проводятся пока еще довольно редко и не носят систематического, упорядоченного характера. Данное обстоятельство связано с отсутствием надежных измерительных методик и инструментов для их использования в практике, что не дает возможности изучать социальное явление в динамике¹.

Рассмотрим более подробно основные структурные элементы социальной напряженности. Как было отмечено ранее, наличие противоречий в социальной среде, а значит, и социальной напряженности, поляризующей социум, группирующей его по интересам и идеологии, – необходимое условие развития социума².

¹ Пирогов И.В. Социальная напряженность: теория, методология и методы измерения: автореф. дис. канд. социол. наук. Иваново, 2002.

² Ульянова И.А. Социальная напряженность в студенческом социуме: Опыт социологического исследования: автореферат дис. канд. социол. наук. Пенза, 2005.

Нарастание социального хаоса влечет за собой остановку в развитии группы с высоким риском последующей деградации. При этом, слишком быстрый прирост уровня социальной напряженности может привести к радикальному нарушению эволюции, отбросив надолго социум назад, приведя к разрыву социальных связей, сложившейся структуры. Следовательно, поэтапный процесс развития социума предполагает, наличие социальной напряженности, которая, в свою очередь, обладает определенным критическим значением (пределом), выход за который переводит ситуацию в открытый социальный конфликт.

Одним из первых в отечественной гуманитарной науке идею о существовании конструктивной составляющей в социальной напряженности выдвинул А.С. Ахиезер. По его мнению, с помощью изменения уровня социальной напряженности группе легче преодолевать возникающие социокультурные противоречия. Как показывает практика изучения открытой фазы конфликтов, социальная напряженность может мобилизовать массы, объединить людей, усилив конструктивное начало и стать фактором положительного давления на решения возникшего противоречия¹.

Опыт изучения различных эмпирических исследований, проводившихся с конца 80-х годов XX века, свидетельствует - социальная напряженность характеризуется следующими моментами:

1) распространением неудовлетворенности развивающейся ситуации в конкретной проблеме;

2) утратой доверия к властям, снижению коммуникаций с органами власти. Появляется ощущение опасности, широкое применение получают пессимистические оценки будущего. В обществе в целом, как и в отдельных территориальных группах, возникает атмосфера массового психического и эмоционального возбуждения;

3) стихийными массовыми действиями (ажиотаж, скупка продуктов). Переходят в активную фазу различные формы открытых противостояний: митинги, демонстрации, забастовки и иные формы гражданского неповиновения

¹ Ахиезер А. С. Россия: критика исторического опыта. Т. 3. М., 1991. С. 145—146.

и протеста, а также увеличивается миграционный поток в другие регионы.

В этих условиях получают широкую поддержку различные общественно-политические формирования, включая радикально настроенные группы числе национального, религиозного и уголовного характера. Подобные факторы заметно усиливают социальную напряженность и, в конечном итоге, придают ей искусственный характер.

Неудовлетворенность также может быть вызвана тем, что в социальном пространстве региона неравномерно или неадекватно представлены интересы различных социальных или национальных групп. Это нередко может приводить к игнорированию интересов в пользу местного населения, представляющего, например, значительное большинство.

Некоторые исследователи считают, что полиэтничное общество без этносоциальных напряжений и конфликтов – миф. Методологическая проблема заключается в определении «профиля» поля этносоциальных напряжений и реалистичности возникающих в этом поле конфликтов. В этой связи, среди нерешенных проблем следует отметить непонимание особенностей этносоциальных напряжений в разных регионах России, их соотнесенность, взаимопревращение, локально-территориальную обусловленность. Феномен этносоциальной напряженности практически не используется для прогнозирования и предупреждения этносоциальных конфликтов. Вместе с тем, возможности подобного использования данного феномена существуют. Решение этой проблемы возможно, в частности, на пути конструирования адекватных познавательных моделей этносоциальной напряженности.

Необходимо учитывать, что в настоящее время внутри российского общества всегда существует определенный латентный процесс взаимной идентификации, как по национальному, так и по территориальному признаку. Указанный процесс выступает в качестве одного из центральных этапов превращения неудовлетворенности в социальную напряженность. Взаимная идентификация участников событий превращает объективно существующую напряженную ситуацию в открытый конфликт.

«Анализируя лозунги, методы и программные заявления общественных движений, можно установить, какие причины, в том числе подлинные или мнимые ущемления прав, вызвали эти силы к жизни. Тем самым можно сделать выводы и о факторах, влияющих на уровень и направленность динамики напряженности как своеобразного индикатора «социальной температуры». Наметившаяся напряженность – эмоциональная энергия, которая ищет выход. На индивидуально-личностном уровне она проявляется во фрустрации, недовольстве, постоянной раздражительности, поисках контактов в неформальных кругах. На групповом – в агрессивности, в действиях, направленных на разрешение ситуации, признаваемой невыносимой. Конфликты в таких случаях неизбежны, они продолжают либо поддерживать высокий уровень напряженности, либо (при разрешении конфликтов) резко идут на убыль»¹.

Таким образом, можно предположить, что социальная напряженность возникает в момент, когда конфликт еще не проявляются явно, а находится в предварительной, латентной стадии, при этом не осознаваясь сторонами взаимодействия.

Обратимся к концептуальным элементам социальной напряженности у Р. Плюснина. В его работе социальная напряженность представлена и определяется следующими тремя предпосылками:

- I. “Вовлеченностью” в процесс значительной части населения;
- II. Дисфункцией общественного сознания, проявляющейся на индивидуальном уровне в эмоциональном стрессе, мировоззренческой неопределенности и распространении отклоняющихся форм поведения;
- III. Нарастанием готовности к действиям, рассматриваемым как вынужденное поведение, направленное против существующего социального порядка ради достижения желаемого состояния².

¹ Бузовский И. Социальная напряженность и тревожность в контексте диагностики общественных конфликтов // Социология: теория, методы, маркетинг. 2008. №3. С. 169-176.

² Плюснин Ю.М. Скрытая социальная напряженность в российском обществе // Политика: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). 2013. № 2 (69). С. 19.

Причины возникновения социальной напряженности тесно связаны с различными проявлениями социальной адаптации (дезадаптации):

- а) физиологической дезадаптации определенных слоев населения к трудностям, т.е. невозможности нормально приспособиться к повышению цен без снижения уровня жизни, что объясняет ухудшение социально-демографической ситуации, в частности, увеличение смертности, рецидивирование ряда тяжелых болезней (такова физиологическая цена социальных последствий проводимых реформ);
- б) психологической дезадаптации населения, выражающейся в виде не осознаваемых массовых психических состояний (тревожности, компенсаторных реакциях: агрессии, апатии) при приспособлении населения к трудностям и социальным изменениям;
- в) социально-психологической дезадаптации, отражающей осознанные конфликтные отношения некоторых слоев населения к трудностям и социальным изменениям, проявляющимся в повышенной политизации, забастовках, недовольстве, пессимизме, миграции, эмиграции, разгуле преступности¹.

Таким образом, можно сделать следующие выводы. В большинстве работ термин социальной напряженности используется с применением широкого понимания и, отчасти, публицистической окраске. Социальная напряженность сегодня в отечественном научном знании часто употребляется на уровне интуитивных смыслов, как не системное и содержательно не структурированное понятие. Кроме этого, зачастую понятие социальной напряженности делают тождественным конфликту, психологической напряженности, социальному кризису и нестабильности.

Базисом для разработки понятия «напряженность» стала психология, где сформулированы первые подходы к изучению состояний, проявляющихся в

неблагоприятных условиях. Наличие дискуссии в социологии о социальной напряженности является следствием понимания данного феномена как глубоко философской категории. По-нашему мнению, социальная напряженность есть не что иное, как «тонус» общества или отдельных социальных групп. В ряде случаев его уместно поддерживать повышенным, так как только конкретная неудовлетворенность способна помочь или группе преодолеть проблемы и создать возможности для качественного роста. Однако, существует расхожее мнение, что поддержание подобного уровня напряженности противоречит функциям социального государства. Возможности регулирования социальной напряженности и поиск эффективных инструментов ее снижения в рамках региональной социальной политики – это предмет нашего исследования.

¹ Сухов А.Н. Социальная напряженность и конфликтология // Психопедагогика в правоохранительных органах. 1996. №1(3). С. 47-50.

1.2 Теоретические подходы к изучению социальной напряженности

Прежде чем переходить к детальному рассмотрению методик измерения социальной напряженности, необходимо понять, каким образом социальная напряженность соотносится с другими существующими понятиями, характеризующими сообщество. Проанализируем несколько подходов, сформировавшихся при изучении социальной напряженности как в отечественной, так и в зарубежной науке. Для интеграции понятия социальная напряженность в существующий понятийный ряд рассмотрим основополагающие, по нашему мнению, для него понятия «социальной массы», «массового сознания», «массовой психологии» и «массового поведения». С учетом значительного вклада психологии в исследования напряженностей сопоставим два основных компонента: социальный и ментальный. Отдельно проанализируем понятия «социального поля» и «социального пространства» как основных пространственных «средах», в которых развивается социальная напряженность. Данные понятия, по-нашему мнению, имеют ключевое значение в изучении социальной напряженности, так как именно их исследование создало базис для дальнейшего пополнения научного знания об изучаемом феномене.

В подходе к изучению социальной напряженности как характеристики поведения «массы» объединяющим признаком выступает «массовость», понимаемая во внимание не только как количественная, но и как качественная характеристика социального взаимодействия и определяющая последующее групповое поведение. В качестве общего атрибутивного свойства всех социально-массовых явлений выступает массовость, понимаемая не только как количественная, но прежде всего как качественная характеристика социального или духовного взаимодействия, как единый способ сознания и поведения¹.

¹ Чернов Г. Ю. Социально-массовые явления: концепт и онтологический статус // Социум и власть. 2011. №4. [электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-massovye-yavleniya-kontsept-i-ontologicheskij-status> (дата обращения: 23.03.2017).

Область социально-массовых явлений оказывается интегрированной в различные сферы жизни общества, а также культуры и общественного сознания и включает феномены, обнаруживающие себя как непосредственно (различные модификации массы, массовых взаимодействий), так и опосредованно (массовое сознание). Вся область социально-массовых явлений представляется как весьма широкая и вряд ли может быть успешно исследована целиком в рамках одной работы. Осознание этих обстоятельств предлагает нам обратить внимание на рассмотрении феноменов социальной массы, массового сознания, а также «массовой культуры».

Рассматривая социальную напряженность как проявление неудовлетворенности различных групп или индивидов своим состоянием и отношениями, необходимо иметь в виду, что любая неудовлетворенность и следующие за этим стресс, фрустрация и т.п. в зависимости от времени и характера течения «могут приобретать многослойный, многомерный характер, создавая условия как для сознательной или бессознательной подмены объекта неудовлетворенности, так и для деформации процесса ее персонализации. Действующим фактором напряжённости является осознанная готовность индивида к борьбе за сохранение (восстановление) привычной и стабильной социальной среды. С психологической точки зрения социальная среда имеет два уровня, по-разному актуальных для человека. Первый уровень – это непосредственное социальное окружение, стабильность и благоприятность которого жизненно необходимы для него. Но они, в общем случае, целиком зависят от второго уровня – внешнего социального окружения, или социально-политической среды, в которой осуществляется профессиональная и экономическая деятельность людей. Структуры двух социальных “сред” различны: первая родственно-соседская, партикуляристская, неформальная, т.е. основанная на отношениях родства, взаимности и соседства, а вторая формально-политическая, статусная, рациональная, основанная на отношениях

экономического и социального обмена. Актуальность для человека непосредственной социальной среды и её зависимость от социально-политической среды приводит к тому, что вынужденность и готовность к поведению, направленному на сохранение (восстановление) непосредственной социальной среды, предполагают изменение, радикальную трансформацию или разрушение социально-политической среды, что как раз и диагностируется как «рост социальной напряжённости»¹.

В существующих подходах можно выделить несколько основных компонентов напряженности. Например, Ю.М. Плюснин на основе исследований выделяет:

- 1) Социальный компонент напряжённости – «снижение связности, консолидации, рост разобщённости в обществе, особенно на микросоциальном уровне, в непосредственном окружении индивида, в семье, на работе, в кругу близких. Поведенческий компонент напряжённости – распространение многочисленных форм отклоняющегося поведения и рост числа людей, готовых к действиям, разрушительным по отношению к социальной структуре.
- 2) Ментальный компонент напряжённости – изменение социально-политических ориентаций, ценностных и жизненных установок, которое происходит у членов общества под влиянием действующих продолжительное время неблагоприятных экономических, социальных и политических факторов. Трансформация установок и ориентаций потенциально грозит стабильности существующей социальной структуры и политической организации, поскольку массовый характер изменений обуславливает негласную смену норм социального поведения и ценностных ориентиров, а новые нормы входят в противоречие с узаконенными, принятыми в данном обществе. В

¹ Плюснин Ю.М. Скрытая социальная напряженность в российском обществе // Полития: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). 2013. № 2 (69). С. 22.

большинстве случаев смена норм предполагает и изменение общественной структуры»¹.

По мнению П.И. Куконкова «принципиальное значение имеет выявление и описание сущности основных этапов становления и усиления социальной напряженности:

I. Социальная неудовлетворенность – феномен, в котором происходит процесс трансформации объективного противоречия в феномен сознания социального субъекта.

II. Один из центральных этапов превращения неудовлетворенности в социальную напряженность – идентификация лиц, групп, организационных структур, блокирующих деятельность, движение к целям, приемлемым для потенциальных участников конфликта. Взаимная идентификация участников событий превращает объективно существующую конфликтную ситуацию в ее субъективное отображение в форме переживания конфликтной ситуации. В качестве основного механизма на этом этапе действует "избирательная рациональность", позволяющая выявлять и "отмечать" среди окружающих противников и союзников.

III. Социальная напряженность – процесс обретения и усиления субъектности в пространстве социального недовольства, содержанием которого являются идентификация "своих" и "чужих", "возлагание ответственности", поиск "виновных". Феномен социальной напряженности, при определенных условиях, может исказить реальную картину неудовлетворенности потенциальных участников конфликта различными сторонами жизнедеятельности. Опасность такого искажения существенно возрастает тогда, когда неудовлетворенность приобретает многослойный, многомерный характер, создавая условия как для сознательной или бессознательной подмены объекта неудовлетворенности, так и для деформации процесса ее персонализации. Фиксация "степени неудовлетворенности", позволяющая уточнить направления исследования

¹ Плюснин Ю.М. Социальная напряженность в Новосибирске. 1999 год. Новосибирск: ЦСА, 1999.- 32 с.

социальной напряженности, открывает перспективу соотнесения ее с составом и структурой социальных субъектов, на которые, в той или иной мере, возлагается ответственность, вина за существующее положение дел.

IV. Социальный конфликт – предельное обострение социальной напряженности, дающее толчок процессу включения в конфликтное взаимодействие всех или части потенциальных участников, "проявившихся" на этапе социальной напряженности»¹.

В рамках исследования Е.И. Степанова и коллег² было выяснено, что фиксация структурно-динамических характеристик социальной напряженности предполагает сбалансированное соотношение реальных и нормативных показателей, четко фиксирующих ее критические значения. Таким образом, социологическая модель социальной напряженности включает следующие структурные и динамические показатели:

1. Показатели социальной депривации, фиксирующие оценку жизни, ее уровня и качества;
2. Показатели, определяющие уровень социальной напряженности, фиксирующие процесс выявления и осознания причинно-следственной связи между характером объекта неудовлетворенности, деятельностью или бездеятельностью других социальных субъектов;
3. Показатели социальной идентификации, отражающие, прежде всего, процесс выделения среди окружающих "своих" и "чужих", а также показатели, фиксирующие уровень доверия и "возлагаемой ответственности";
4. Показатели, фиксирующие особенности поведения различных социальных групп в реальных или проективных напряженных ситуациях;

1 Куконков П.И. Социальные напряжения и структурные конфликты в регионах России: некоторые исследовательские подходы // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: социальные науки. 2004. №1. С. 183-189.

2 Степанов Е.И., Аксентьев В.А., Головин Ю.А., Куконков П.И. Мониторинг социальных напряжений и конфликтов в крупных региональных центрах России (на примере Нижнего Новгорода и Ярославля) // Россия реформирующаяся. 2007. №6. С. 235-253.

5. Показатели, фиксирующие готовность к протестным и насильственным действиям, определяющие процесс трансформации социальной напряженности в конфликт.

Использование в управленческой практике представленной модели позволяет снизить степень неопределенности при принятии управленческих решений и создать достоверный прогноз изменения ситуации, тем самым создавая условия для предотвращения или оптимизации назревающих конфликтов.

Необходимо отметить две особенности такого подхода, имеющие отношение к обсуждаемому предмету:

- социальное напряжение отображается в индивидуальной психике как недовольство чем-то;
- оно представляет собой явление векторного типа, т.е. формируется и существует в рамках определенной социальной группы или множества групп и направлено в сторону какого-либо элемента социальной структуры как объекта, олицетворяющего собой препятствие на пути к удовлетворению потребности, интересов, достижению цели.

Психологическая фрустрированность (порождающая аффективное поведение) и социальная напряженность в определенных условиях – корреляты. С одной стороны, настроенность группы лиц, направленная на другую группу или иной элемент социума, может рассматриваться как психологическая основа социальной напряженности. С другой стороны, реактивная настроенность индивидов может рассматриваться и как фиксируемый на индивидуальном уровне симптом возможного социального напряжения.

Среди факторов, обуславливающих формирование социально-психологической напряженности, можно выделить, по крайней мере, две группы.

1) Факторы (более или менее) однозначного влияния:

- жилищные условия (чем они лучше, тем ниже эта напряженность);

- материальное положение (чем оно лучше, тем ниже социально-психологическая напряженность);
- половая принадлежность (более или менее однозначно дифференцирует состояние социально-психологической напряженности);
- употребление психоактивных веществ и спиртных напитков (чем чаще употребление, тем выше социально-психологическая напряженность).

2) Факторы неоднозначного влияния:

- семейное положение;
- возраст;
- продолжительность проживания;
- отношение к рынку;
- уровень и процесс образования.

Использование данных факторов в качестве средств изменения социально-психологической напряженности или для более точного предсказания их последствий требует учета выявленных особенностей их влияния на состояние социально-психологической напряженности населения, например, военных городков.

Отдельно отметим подход к изучению социальной напряженности как последствие осознания человеком свободы. По мнению британского социолога З. Баумана¹, социальную напряженность можно рассматривать как одно из последствий формирования в обществе понимания свободы, ее проявлений, цены и пользы на протяжении всего развития человечества. Особый акцент в своих рассуждениях на эту тему социолог делает на взаимосвязи в современном обществе свободы и образа потребления. Потребляя, человек

¹ Бауман З. [Bauman Z.] Спор о постмодернизме // Социологический журнал. 1994. № 4. С. 72.

сталкивается с соблазном. Этот соблазн раскрывается в политике социального благополучия. Получатели и потребители благополучия – «бедные». Целью благополучия является привить «беднякам» навыки достойного и приемлемого поведения, ограничив при этом их свободу. Благополучие обеспечивается взамен на постоянное вторжение в жизнь его потребителей. Это создает различие между перспективными потребителями и неподходящими потребителями, формируется отдельная категория потребителей – благополучных клиентов. Таким образом, поддерживается структура власти и охраняется покой и порядок социальной системы. И даже в обществе, основанном на потреблении, свобода остается характеристикой социальной дифференциации.

Дифференциация, в свою очередь, формирует социальную напряженность. Создается образ современного общества как дисциплинарной системы, с приданием архитектурного вида тюрьмы, в которой желание преодолеть имеющиеся строгие рамки приводит к повышению напряженности отдельного индивида. В результате возникает угроза критической ситуации.

В конфликтологии понятие критической ситуации определяется как ситуация «невозможности», в которой индивид сталкивается с невозможностью реализации внутренних потребностей своей жизни (мотивов, стремлений). Конкретное описание и работа с критическими жизненными ситуациями определяется типом такой ситуации: стресс, фрустрация, конфликт и кризис.

При этом, важно учитывать, что недопустимо понимать напряженность как исключительно негативное явление. По нашему мнению, социальная напряженность является необходимым элементом существования и жизнедеятельности любого индивида и общества. С помощью напряженности человек имеет возможность испытать предварительные состояния перед серьезными психологическими и эмоциональными состояниями, успеть адаптироваться к нему и его неизбежности в некоторых случаях, с тем чтобы в последующем иметь возможность корректно разрешить причину возникшей проблемы. Можно предположить, что индивидуальная напряженность

сопутствует людям на протяжении длительных периодов жизни.

В целом можно сделать вывод о том, что понятие социальная напряженность широко применяется в исследованиях, связанных с изучением процессов социального развития. В настоящее время велика потребность в формировании четкого, системного понимания данного феномена с последующим использованием в управлении социальными системами. Иными словами, в потоке создаваемого научного знания важно сконструировать глубоко рациональный подход к понятию социальной напряженности, с последующим использованием для моделирования процессов устойчивого развития социальных систем.

1.3 Социальное развитие регионов России: феномен социальной ответственности бизнеса и корпоративной социальной ответственности

Особый интерес для нашего исследования представляет изучение становления феномена социальной ответственности бизнеса в России на протяжении последних двух десятилетий и анализ складывающихся у бизнес-структур отношений с внешней средой (в условиях кризиса их значение повышается, что оказывает серьезное влияние на уровень социальной напряженности). Кроме этого, в ходе исследования мы рассмотрим основные особенности социальной ответственности в нашей стране и постараемся выявить характерные особенности в каждом из периодов.

Ключевой особенностью социальной политики в регионах России является желание органов региональной власти сохранить существующую социальную инфраструктуру, неготовность к структурным реформам, которые могут потребовать сокращения работников бюджетной сферы или их профессиональной переориентации, приводят к тому, что средства, запрашиваемые у предпринимателей, направляются на консервацию существующей социальной сферы, зачастую не слишком эффективную для населения.

К целям современной региональной социальной политики в России можно отнести:

- последовательное решение проблем социально-экономического развития, при котором полностью учитываются социальные, национальные и территориальные условия конкретных регионов;
- достижение в каждом регионе определенного уровня жизни населения;
- создание условий для системы государственного управления.

В Российской Федерации на развитие большинства регионов сильнее всего влияют межбюджетное перераспределение и социальная политика федеральных

властей. Например, основной антикризисной мерой в 2009 году стал значительный рост трансфертов бюджетам регионов при усилении распределением этих средств без формальных критериев. В острой фазе кризиса в 60% регионов доходы бюджета росли и, соответственно, увеличивались неэффективные расходы. Так, расходы на социальные выплаты населению выросли в год в среднем растут на 3-4%.

«Данное решение наложилось на экономическое неравенство регионов, измеряемое душевым ВРП, которое в начале 2000-х годов росло, но с середины десятилетия стало сокращаться вследствие бума нефтяных доходов и усиления федеральной перераспределительной политики. В доходах населения тренд выравнивания был еще заметнее: межрегиональные различия становились менее резкими, особенно в последние докризисные годы. Главная причина в усиление перераспределительной политики и рост объемов трансфертов из федерального бюджета»¹.

Быстрее всего росли доходы и потребление населения в слаборазвитых национальных республиках, а кризисное снижение доходов испытали регионы с сильным промышленным спадом, где выросла открытая и скрытая безработица².

В частности, в 2010 г. расходы консолидированных бюджетов регионов выросли на 6%, это ниже темпов инфляции. Лидером роста, как и в 2009 г., были расходы на социальную политику и, особенно, на социальные выплаты населению – рост на 65% за два года. Малоэффективные и стимулирующие иждивенчество социальные выплаты оказались основным инструментом политики государства.

Расходы на социальную политику продолжали расти и в объемах (на 53% за 2008-2010 гг., в том числе в 2010 г. – на 22%), и по доле от всех расходов бюджетов регионов (с 13,8 до 17,6% за 2008-2010 гг.). При этом почти в 60%

¹ Зубаревич Н.В. Регионы России: неравенство, кризис, модернизация. – М.: Независимый институт социальной политики, 2010. – 160 с.

² Зубаревич Н.В. Региональная проекция нового российского кризиса // Вопросы экономики. 2015. № 4. С. 37-52.

регионов доля расходов на соцполитику выше средней по стране. Регионов с низкой долей расходов на социальную политику (7-12%) в России немного, это нефтегазодобывающие автономные округа, Магаданская область и Чукотка, а также С.-Петербург. Различия между двумя федеральными городами в социальной политике обусловлены не только разными возможностями бюджетов, но и разными приоритетами властей.

Как показывает анализ, социальная политика регионов тесно связана с возможностями экономического роста, который является ключевым фактором изменений в социальной политике той или иной территории. В частности, наличие углеводородных ресурсов или исторически сложившегося промышленного кластера позволяет получить дополнительный источник ресурсов для поддержания социального благополучия. Как правило, в подобных территориях имеющиеся коммерческие структуры создают рабочие места, определяют высокий уровень развития транспортной инфраструктуры, обуславливают возникновение малого бизнеса, формируя тем самым иное, отличное от соседних территорий, качество среды и качество жизни.

Причина подобных решений в желании исполнительной власти регионов осуществлять проекты, направленные на оздоровление и решение социальных проблем всего региона. Ошибочным данный подход признается в силу особенностей неравномерности территориального развития любого российского региона. Особенностью регионального развития в нашей стране является повышенная роль факторов «первой природы», прежде всего, обеспеченности нефтегазовыми ресурсами, наиболее востребованными глобальным рынком. Факторы «второй природы», как и фактор географического положения, чаще работают как барьеры развития. Россия отличается малочисленностью городов, особенно крупных с населением более 250 тыс. чел¹.

В стремлении изменить ситуацию исполнительная власть сегодня тратит значительные ресурсы на различные региональные программы. Определение точек экономического роста территории позволило бы, по нашему мнению,

¹ Зубаревич Н.В. Региональное развитие и региональная политика в России//ЭКО. 2014. № 4. С. 7-27.

оптимально распределить бюджетные ресурсы и в дальнейшем, при достижении качественного эффекта, перераспределять ресурсы от более развитых районов к тем, кто в силу ряда объективных причин не обладает достаточной базой для развития собственных экономических проектов.

В силу этих обстоятельств социальный уровень развития регионов в нашей стране существенно отстает от экономического уровня. Если по экономическому уровню Россия занимает примерно 50-е место, то по индексу социального развития - 60-е, а по средней продолжительности жизни - 100-е место.

На этом фоне монополизация ответственности власти при невнятности государственной стратегии и дефиците финансовых ресурсов порождает стремление властных субъектов привлечь к реализации социальной политики крупные российские компании. Объективные тенденции заставляют бизнес-структуры, в свою очередь, инициировать участие НКО в реализации социальных программ. Однако масштаб взаимодействия во многом определяется потенциалом самих НКО, их активностью в работе с местным сообществом, авторитетом у населения и способностью реализовывать неконфликтные стратегии, что превращает НКО в организационный и экспертный ресурс при реализации социальных программ.

Фрагментарно реализуемая сегодня в регионах России практика государственных заказов для НКО получает положительную оценку экспертов. Однако для превращения разовых практик в повседневные социальная политика регионов должна быть модернизирована. Содержание модернизации лежит в расширении инфраструктуры социальных услуг и их развитии, связанном с передачей полномочий по оказанию услуг в сфере социальной защиты на региональный уровень, недискриминационной ориентацией социальных услуг на беднейшие слои населения, снижением административных издержек, разработкой социальных стандартов на услуги.

Развитие конкуренции в этой сфере происходит за счет расширения доступа к государственному финансированию некоммерческих организаций. Логика

либерализации связана с созданием местными властями «необходимого игрового поля», на котором третий сектор на равных сможет конкурировать с государственными и частными институтами в получении договоров на предоставление социальных услуг, а основной функцией местной власти станет планирование и организация условий работы.

Между тем сфера социального обслуживания до сих пор практически не затронута рыночными преобразованиями, что ведет к неэффективному использованию ресурсов. Среди всех существующих причин в качестве основных можно выделить следующие:

1. Низкий уровень денежных доходов у значительной части населения страны сопровождается тем, что эта часть населения имеет самые низкие сбережения, худшие жилищные и бытовые условия, — именно они попадают в 25 % семей, которые живут в домах без теплых туалетов и водоснабжения, имеют худшее здоровье, повышенные заболеваемость, инвалидность и смертность. Поэтому сокращение разницы между богатыми и бедными за счет преимущественного роста доходов у относительно бедных слоев населения будет иметь самые благоприятные последствия для всех сторон жизни;

2. Приоритеты бюджетных социальных расходов, зависящие от субъективного политического выбора региональных властей. В организации системы социальной защиты и в уровне финансирования социальных трансфертов с середины 2000-х гг. усилилось дробление и многообразие региональных систем, выросло неравенство возможностей регионов в реализации мер социальной политики. В результате система социальной защиты не выполняет выравнивающую функцию: население разных регионов имеет неравноценный доступ к социальным трансфертам и услугам, проявляется своеобразная дискриминация в зависимости от региона проживания;

3. Отсутствие минимальных государственных социальных стандартов и нормативов их финансирования;

4. Неразвитая инфраструктура - большая часть территории страны удалена от транспортных путей, обуславливающая, в частности, неравный доступ к образованию;

5. Депопуляция в подавляющем большинстве регионов, влекущее за собой повсеместное снижение человеческого капитала¹.

С учетом приведенных причин регионам, по-нашему мнению, необходимо развиваться с «креном» в сторону наиболее отстающих сейчас социальных показателей, в частности:

- Содействовать муниципалитетам в стратегическом планировании социально-экономического развития;
- Повышать эффективность расходования бюджетных средств;
- Содействовать развитию малого и среднего предпринимательства;
- Выносить на конкурс финансирование проектов развития социальной инфраструктуры;
- Повышать эффективность системы управления целевыми социальными программами.

Следует отметить, что в сложившихся условиях ожидания бизнеса по отношению к региональной власти далеки от условия идеального партнерства. Среди бизнесменов в каждом регионе существует определенная доля недовольных тем, как местные и региональные органы принимают решения об управлении социальной сферой и ресурсном обеспечении реализуемых в ней проектах.

Одним из наиболее эффективных направлений повышения эффективности социальной политики в регионе является развитие модели социального партнерства. Ее развитие предполагает наличие заинтересованных кругов на уровне региональной власти, которые могли бы

¹ Аганбегян А.Г. О приоритетах социальной политики [Электронный ресурс] // Независимый институт социальной политики: http://spero.socpol.ru/docs/N12_2010_02.pdf (дата обращения: 12.07.2010).

быть партнерами в решении социально-экономических проблем; и разработанных правил, позволяющих привлекать общественные группы, для решения существующих социальных проблем.

Опыт показывает, что предприниматели мобильнее органов власти в развертывании конкретных мероприятий тенденции на региональном и муниципальном уровне. Зачастую именно они выходят с инициативой по решению проблемы. В ряде российских регионов (Самарская область Красноярский край, Московская и Тюменская область, Республика Татарстан) крупные корпорации являются лидерами в области социальной ответственности на протяжении многих лет. При этом мероприятия и программы согласованы с региональной властью, что позволяет характеризовать их как состоявшиеся примеры социального партнерства при реализации задач социального развития отдельных территорий.

В данной работе основным объектом исследования является феномен социальной ответственности бизнеса, его развитие в меняющихся социально-экономических условиях. При всем многообразии и достаточно широком охвате проведенных за последние два десятилетия в России исследований социальной ответственности принято считать, что до сих пор мы переживаем единственно возможный этап – этап становления цивилизованных форм, эффективных отношений и появления специальных институтов, уникальных для исследуемого явления.

Однако в исследовании А.И. Ярового (2010 г.) оформлена попытка сформулировать периодизацию развития корпоративной социальной ответственности в России. По мнению автора, под влиянием комплекса политических и социально-экономических факторов, отличных от европейских и не очень благоприятных, развитие корпоративной социальной ответственности в нашей стране было несистемным и происходило в течение трех периодов (1999-2003 гг., 2003-2009 гг., 2009 г. – настоящее время). Но при этом исследование носило характер политологического, и в рамках работы термины «социальной

ответственности бизнеса» и «корпоративной социальной ответственности» отождествляются¹.

Данные термины являются схожими, и некоторые исследователи зачастую их даже отождествляют. По-нашему мнению, они по сути своей определяют собой разные феномены. Корпоративная социальная ответственность – ответственность компании как работодателя, делового партнера, члена сообщества, часть постоянной стратегии компании по увеличению своего присутствия в обществе и развитию своего бизнеса. Социальная ответственность бизнеса – это добровольная деятельность бизнес-структур, направленная на развитие общества в социальной сфере, имеющая в своей основе стратегические цели, интересы и выходящая за рамки основной деятельности компаний.

Как показал анализ работ концепция «корпоративная социальная ответственность» (КСО) по-разному проявляется в различных отраслях научного знания (социологии, экономике, политологии). Некоторые бизнес-структуры включают вопросы экологии и устойчивого развития в сферу корпоративной социальной ответственности, в то время как другие рассматривают экологическую ответственность как часть непосредственных обязательств бизнеса. Наибольшее распространение в России нашли следующие определения корпоративной ответственности:

- «Ответственность компании как работодателя, делового партнера, члена сообщества (пределы сообщества определяются географией деятельности компании: на уровне района, города, страны, мира)»².
- «Философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями бизнеса своей деятельности с акцентом на следующие ориентиры: производство качественной продукции и услуг для потребителей; создание привлекательных рабочих мест, выплата легальных зарплат и инвестиции в развитие человеческого

¹ Яровой А.И. Корпоративная социальная ответственность в современной России: опыт и перспективы развития: автореферат дис. канд. политич. наук. М., 2010.

² Российский бизнес – глобальный договор ООН / Практика социальной ответственности. 2007 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://xn--o1aabe.xn--p1ai/12/12630.pdf>

потенциала; неукоснительное выполнение требований законодательства: налогового, трудового, экологического и т.п.; построение добросовестных отношений со всеми заинтересованными сторонами; эффективное ведение бизнеса, ориентированное на создание добавленной экономической стоимости и рост благосостояния своих акционеров; учет общественных ожиданий и общепринятых этических норм в практике ведения дел; вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообщества»¹.

- «Часть постоянной стратегии компании по увеличению своего присутствия в обществе и развитию своего бизнеса».
- «Возможность оказать позитивное влияние на сообщество, в котором работает компания».

В контексте многих исследований корпоративная социальная ответственность понимается как ответственность компании перед клиентами, сотрудниками, поставщиками, акционерами и населением регионов, на территории которых работает компания. Эта ответственность включает социальные и экологические вопросы, а также вопросы корпоративного управления и прозрачности².

Российский союз промышленников и предпринимателей предпринял ряд шагов, чтобы определить принципы корпоративной социальной ответственности и внедрить их в свою деятельность. В процессе этой работы российские компании ориентируются на стандарты международной практики в области корпоративной социальной ответственности.

При этом отдельные компании готовы согласиться с идеей, высказанной М. Фридманом, о том, что дело бизнеса – это сам бизнес и его основная задача – это увеличение прибыли акционеров и уплата налогов, а социальная

¹ Ломовцева О. А., Соболева С. Ю. Социальные инвестиции как форма реализации социальной ответственности предприятия // Известия ВолгГТУ. 2005. №5. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-investitsii-kak-forma-realizatsii-sotsialnoy-otvetstvennosti-predpriyatiya> (дата обращения: 23.03.2017).

² Из России с любовью: Национальный вклад в глобальный контекст КСО. [Электронный ресурс] // The Economist Intelligence Unit. 2008. URL: http://www.pwc.com/ru_RU/ru/press-releases/pdf/fromrussiawithlove_rus.pdf. (дата обращения: 21.01.2010).

ответственность сводится к соблюдению законодательства, регулирующего деловую активность. В российских компаниях в последние годы много внимания уделялось улучшению производственных отношений наряду с улучшением условий труда, повышением безопасности производства и охраной здоровья, а приоритеты социальной политики меняются в зависимости от отрасли производства¹.

Нередко термин «устойчивое развитие» бизнеса воспринимается абсолютным синонимом корпоративной социальной ответственности. «Связано это с тем, что если у истока развития проблематики появились разговоры о необходимости ведения бизнеса с учетом заботы об окружающей среде, то уже довольно скоро подключился социальный аспект, являющийся в настоящее время неотъемлемой частью устойчивого развития².

С другой стороны, Басен, акцентируя внимание на динамичном характере концепции, утверждает, что ввиду постоянного изменения концепции корпоративной ответственности ее содержание во многом зависит от теоретических парадигм, локальных экономических традиций, специфики ведения бизнеса и исследуемого периода времени³.

Таким образом, можно сделать вывод, что в основе корпоративной социальной ответственности лежат непосредственные интересы компании. В содержании данного феномена заключается минимизация компаниями негативных последствий своей производственной деятельности, в то время как социальная ответственность бизнеса – это политика бизнес-структур, выходящая за рамки интересов компании.

Изучению взаимосвязи между социальной ответственностью бизнеса и результатами деятельности компаний посвящено множество исследований.

¹ Там же

² Нагорнов А.В., Солнцева М.С. Исследования социальной ответственности компании // Корпоративные финансы. 2007. №2 (2). С. 112-132.

³ Bassen Prof. Dr. Alexander, Meyer Katrin, Schlange Joachim. The Influence of Corporate Responsibility on the Cost of Capital// Working paper. 2006.

Так, в работе американских исследователей Бечетти и Джакомо¹ проведено исследование влияния корпоративной социальной ответственности на эффективность компании. Авторы делают вывод о том, что корпоративная социальная ответственность приводит к частичной переоценке задач компании от простой максимизации прибыли к максимальному повышению уровня благосостояния стейкхолдеров.

В Испании (Мель²) развитие корпоративной социальной ответственности находится в плоскости достижения конкурентных преимуществ наряду с улучшением корпоративной репутации.

Как показывают результаты зарубежных исследований, социальная ответственность бизнеса компаниями рассматривается неразрывно от устойчивого развития бизнеса. В связи с тем, что вопросы устойчивого развития – это предмет долгосрочных стратегий, многие компании выходят на уровень социальных инвестиций. При реализации данного сценария компания получает возможность нарастить прибыль и существенным образом повлиять на ожидания ключевых стейкхолдеров.

Данный подход, в частности, может быть реализован через биржевые торги. В своем исследовании Маквильямс и Сигель¹ утверждают, что существует такой уровень социально-ответственных инвестиций, при котором цены акций максимизирующих прибыль компаний и компаний, ведущих социально ответственный бизнес, равны, что косвенно подтверждает оценку обществом вклада в социальные программы.

В подобных условиях в ряде стран, где практики корпоративной социальной ответственности реализуются на протяжении многих лет, бизнес вынужден постоянно балансировать между интересами ключевых заинтересованных сторон (стейкхолдеров), к которым относятся не только акционеры и местные власти, но и сотрудники, инвесторы, профсоюзы, поставщики, общественные организации.

¹ Becchetti Leonardo, Giacomo Stefania Di, Pinnacchio Damiano. Corporate Social Responsibility and Corporate Performance: Evidence from a panel of US Listed Companies//CEIS Tor Vergata – Research Paper Series. Vol. 26. №78. 2005.

² Melé Domènec. Corporate Social Responsibility in Spain: an Overview//Working paper. 2004.

Обретение баланса в этой ситуации подтверждает корректность выбора компанией вектора поддерживаемых социальных программ.

Поэтому, исходя из обозначенного выше подхода, по нашему убеждению, в этапе становления и развития социальной ответственности бизнеса в России можно выделить больше периодов. В ходе исследования мы будем опираться на проведенный анализ, в рамках которого были сформулированы основные критические (кризисные) периоды становления социальной ответственности бизнеса в России. В каждом из периодов феномен социальной ответственности бизнеса выходил на новый этап развития социальных инвестиций отечественного бизнеса, что обуславливало становление нового формата взаимоотношений с внешней средой.

Социалистический корпоративизм: роль предприятий в реализации социальной политики в СССР. В советский период предприятия являлись основными участниками государственной политики в социальной сфере. Поэтому содержание социальных программ было четко определено и отвечало требованиям идеологии государства. Материальной основой большинства социальных гарантий выступали социальные фонды государства и предприятий.

Как отмечает в своей работе Т.Ю. Сидоркина «Единство индустриальности и социальности обеспечивалось тем, что оплотом корпоративизма было промышленное предприятие, а точнее сказать, крупные промышленные предприятия, в особенности принадлежавшие к военно-промышленному комплексу»². Далеко не все предприятия в СССР имели отношение к ВПК, а, следовательно, не только военный госзаказ являлся «двигателем социалки». Текстильные, пищевые и многие другие отрасли также имели свои детские сады, профилактории и подобные социальные учреждения. Однако, именно фактор

¹ McWilliams A., Siegel D. Corporate Social Responsibility: a Theory of the Firm Perspective// Academy of Management Review. 2001, issue 26, volume 1. pp.117—127.

² Сидоркина Т.Ю. Социальный капитал организации и социальная политика российского предприятия. [Электронный ресурс] // Журнал исследований социальной политики. 2007. №3. URL: http://www.jsps.ru/archives/element.php?IBLOCK_ID=64&SECTION_ID=&ELEMENT_ID=2537 (дата обращения: 4.10.2009).

масштаба предприятия определял объемы социальной политики того или иного производства.

Несмотря на общий вектор социалистической реальности, ставившей акцент на всеобщей доступности, ведомственность учреждений социальной сферы подчеркивала определенную привилегированность. Особенно это касалось сферы здравоохранения, и выражалось в том, что некоторые из учреждений были недоступны работникам других предприятий. Данную особенность части предприятиям удалось сохранить до сих пор.

Очевидно, что серьезную роль в обеспечении ресурсами социальной политики предприятия играли взаимоотношения с местными и региональными органами исполнительной власти. «В свою очередь, «оснащенность» социальными благами была мощным фактором влияния и «веса» руководства предприятия в отношениях с работниками и местными властями. Таким образом, крупные предприятия с солидной социальной инфраструктурой располагали возможностями формировать и регулировать социальную ситуацию в городе, районе, области»¹.

«Стихийная» благотворительность: 1993-2001 годы. С началом становления новых экономических условий изменения в социальной сфере происходили с некоторым временным замедлением и имели явно выраженный «инертный» характер. Необъективным, по нашему убеждению, является мнение о том, что причиной разрушения сложившегося социалистического корпоративизма стала передача предприятиями объектов социальной инфраструктуры в муниципальную собственность. Уместнее будет назвать это следствием, а причиной стали изменения в экономике, последующая переориентация производств на выживание и, как следствие, отсутствие возможностей у предприятий в дальнейшем содержать структуры, ставшие для них «балластом».

¹ Сидорина Татьяна Социальный капитал организации и социальная политика российского предприятия // ЖИСП. 2007. №3. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnyy-kapital-organizatsii-i-sotsialnaya-politika-rossiyskogo-predpriyatiya> (дата обращения: 23.03.2017).

Так как предприятия не в один момент, а с течением определенного времени проходили период приватизации, перестройку под новые рыночные условия, то и учреждения какое-то время жили «по-старому». Именно в этот период в социальной сфере, по нашему мнению, происходила смена мышления с формата «все, всем и бесплатно» на формат «каждый сам за себя», характерный для любого рыночного строя.

Трудности этого периода были вызваны не только переходом экономики к рынку, но и началом формирования института социальной работы. Старая система «собеса» не отвечала всем требованиям времени, а для новой не было ни кадров, ни технологий.

В России с начала 90-х годов XX века сформировалось несколько отличительных особенностей социальной ответственности. В частности, степень включенности бизнеса в социальную помощь региона существенно выше в малых городах, где малый и средний бизнес находятся ближе к местным администрациям. О встраивании в систему государственного протекционизма говорит, например, существование практик принудительного передачи на баланс бизнес-структурам муниципальных объектов социального назначения.

Кроме этого, возникшие на фоне передачи социальных объектов конфликты привели к появлению в некоторых регионах такого феномена, как «благотворительный рэкет». Данный феномен появился в России почти одновременно с феноменом «корпоративная благотворительность» и означает давление со стороны местных и/или федеральных властей на бизнес-структуры с целью заставить их жертвовать средства на определенные мероприятия. В подобных ситуациях бизнес-структуры отчетливо понимают, что вынуждены оказывать помощь, в том числе государственным учреждениям социальной сферы. В этот период отдельные акты благотворительности воспринимались, скорее, как дань традиции или тяжелому времени, а то и в прямом смысле — дань местным властям¹.

1 Сидорина Т/ Социальный капитал организации и социальная политика российского предприятия // ЖИСП. 2007. №3. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnyy-kapital-organizatsii-i-sotsialnaya-politika-rossiyskogo-predpriyatiya> (дата обращения: 23.03.2017).

Еще одной характерной особенностью данного периода стало то, что после экономического кризиса 1998 года, несмотря на полное отсутствие средств, поддержки и определенности в делах страны, благотворительная помощь не исчезла и многие некоммерческие организации, фонды продолжали работать. В тот период для защиты своих интересов люди начали объединяться, спрос способствовал предложению, в результате чего произошел рост количества некоммерческих организаций. Частично это было связано с тем, что часть населения утратила доверие к власти.

«Становление»: социальные инвестиции 2001–2008 гг. В этот период формируется поляризация двух основных субъектов социальной политики территории. С одной стороны, государство, заинтересованное в социальной и экономической стабильности, в увеличении финансирования программ и эффективности социальной политики. С другой стороны, бизнес, заинтересованный в росте доходов и покупательской активности населения, стабильности государственной политики в отношении коммерческих структур, общественном признании предприятий, придерживающихся стандартов корпоративной социальной ответственности.

В некотором смысле корпоративная социальная ответственность существовала уже тогда, когда корпорацией назывались объединения ремесленников в средневековой Европе.

В Новое Время, с распадом сельских и городских общин и появлением контрактных отношений между рабочими и предпринимателями последние, во избежание социального взрыва и для повышения уровня контроля, активно участвовали в благотворительной и филантропической деятельности.

Сегодня в мире существует сложившаяся область деятельности компаний, которая обозначается термином «корпоративная социальная ответственность». Эта область деятельности охватывает значительный круг проблем и возможностей приложения усилий компаниями в деле развития «позитивных» отношений бизнеса и общества. В США и Европе существуют отличия в подходах к данному термину и его реализации. В самом широком контексте корпоративная

социальная ответственность тесно связана с деловой этикой, защитой окружающей среды, защитой прав сотрудников, внутрифирменной социальной политикой и охраной труда.

Более глубокий анализ показывает, что, с одной стороны существуют как субъекты государство и общество, заинтересованные в социальной и экономической стабильности, в увеличении финансирования программ и эффективности социальной политики. С другой стороны, существует бизнес, который заинтересован в росте доходов и покупательской активности населения, стабильности государственной политики в отношении коммерческих структур, общественном признании предприятий, придерживающихся стандартов корпоративной социальной ответственности и осуществляющих социальные инвестиции.

Многие зарубежные исследования показывают, что при прочих равных условиях люди выше оценивают компанию, которая, по их мнению, является социально ответственной¹. Как показывает опыт крупнейшего корпоративного фонда – «Наше будущее», предпочтения клиентов вполне успешно трансформируются в конкретные действия покупку товаров и услуг, выпускаемых или предлагаемых в рамках сформулированной политики компании. От грамотно выстроенной политики социальных инвестиций выигрывают финансовые показатели, деловая среда, улучшение имиджа компании, расширение рынка и последующее увеличение капитализации компании. Сравнение работы бизнес-структур, активно формирующих социальные программы, и пассивно относящихся к этой сфере, выявляет влияние социальных инвестиций прежде всего на сферу маркетинга, где формируется «контактная» зона компании. Устоявшимся на Западе показателем, который позволяет измерить это влияние, является оценка узнаваемости бренда, уровень продаж, интерес к продукции, эффективность пиар-кампаний.

¹ Доклад о социальных инвестициях в России / под общ. ред. С.Е. Литовченко. М.: Ассоциация менеджеров, 2008. 90 с.

Вообще возникновение социально-ответственного поведения компании и формирование ее социальной политики связано с развитием как таковым. Казалось бы, бизнес-структуры, живущие сегодняшним днем, не заинтересованы в запуске и развитии столь сложных инструментов повышения своей капитализации. Но исследования свидетельствуют о другом.

Большая часть бизнес-структур осуществляет социальную политику фрагментарно и ситуативно, при этом не имея четкого представления, зачем им это необходимо. В большинстве случаев мотивирующими факторами становятся либо влияние сверху, либо непреодолимое желание одного из руководящих лиц удовлетворить потребность в признании собственной значимости. Данный «формат» благотворительной деятельности характерен для агентской теории корпоративной социальной ответственности.

Иной подход к определению демонстрирует так называемая теория участия корпоративной социальной ответственности, в которой обозначается целый спектр типов социальной ответственности бизнеса перед обществом. Согласно данной теории предполагается, что отношение компании с различными группами «заинтересованных лиц» составляет глубинное понимание того, как бизнес оперирует с ценностями. Язык данной теории интегрирован в концепцию корпоративной социальной ответственности теми исследователями, которые полагают, что через корпоративные действия, решения и влияния по отношению к группам интересов проявляется корпоративная социальная ответственность. Участниками или группами интересов здесь выступают все индивиды или группы, которые тем или иным образом соприкасаются с бизнес-структурой, вовлеченной в корпоративную социальную ответственность. В систему социальной ответственности бизнеса включаются интересы различных групп: персонала компании, акционеров, потребителей, правительственных органов, а также профсоюзов, бизнес-ассоциаций, поставщиков и даже конкурентов.

Обе концепции ответственности бизнеса (агентская и теория участия) не являются совсем несовместимыми: сторонники теории участия рассматривают

акционеров как одну из групп корпоративной социальной ответственности, но эта группа не является единственной.

Традиционно, кроме акционеров, на Западе корпоративная социальная ответственность классифицируется по таким объектам как:

- работники;
- потребители;
- бизнес-партнеры;
- органы власти;
- средства массовой информации (СМИ);
- потенциальные инвесторы;
- профессиональные организации;
- негосударственные организации;
- широкая общественность;
- конкуренты.

Именно с позиций выстраиваемых взаимоотношений с ними и оценивается успешность реализации социальной политики той или иной компании.

В России более традиционным является подход, оценивающий результативность проведенных мероприятий. Это обусловило иной подход к классификации корпоративной социальной ответственности. В основе данной классификации – существующие формы поддержки бизнесом местных сообществ:

- благотворительные акции – краткосрочные проекты, имеющие разовый и краткосрочный характер;
- спонсорские проекты в сфере науки, культуры, спорта – отличия от первых трех групп в том, что они направлены на решение вопросов, связанных с развитием этих областей деятельности, а не с решением социальных задач;
- маркетинг, использующий благотворительность – проекты, направленные на решение маркетинговых задач;
- социальные программы, ориентированные на собственный персонал;

- снижение, удержание относительно низких цен на социально-значимые услуги и товары;
- строгое соблюдение законодательства, не допускающее использование общественно неприемлемых форм и методов ведения бизнеса;
- эффективность работы, соблюдение стандартов качества услуг и товаров;
- программы, направленные в конечном счете на построение, развитие позитивных отношений с представителями органов власти;
- социальные инвестиции – программы реализуемые компанией самостоятельно (или она играет ведущую роль в управлении);
- проекты и программы, предлагаемые и реализуемые некоммерческими организациями или инициативными группами.

Все большее количество предприятий, в особенности крупных, интересуются положениями концепции корпоративной социальной ответственности. Причина в их стремлении выйти на внешние рынки, где существующие много лет международные требования и стандарты не позволяют установить полноценное деловое партнерство с компаниям без внедренной модели КСО. Кроме этого, со временем предприниматели начинают четко различать простые формы благотворительной деятельности и возможности социально ответственных практик, формирующих целую систему взаимодействия компании с внешней средой и направленной на долгосрочное развитие бизнеса.

Показателем, характеризующим период с 2001 по 2005 годы, является институализация рядом крупных корпораций корпоративной социальной ответственности. Это свидетельствует о начале перехода на качественно новый уровень, движение от социальной помощи к социальным инвестициям. Создаваемые отделы, занимающиеся социальными программами, планируемые специальные бюджеты – все это носит системный характер и направлено на

вполне определенный результат. Несколько компаний учредили свои собственные корпоративные фонды, начали проводить конкурсы на получение грантов, что стало переходом к прозрачной процедуре оценки значимости акций, проектов для местного сообщества. В свою очередь, привлечение сторонних, независимых экспертов для оценки социальной полезности и инновационности проектов соответствует уровню «социального инвестирования», которое, в отличие от благотворительности, предполагает развитие перспективных направлений, элементов социальной инфраструктуры и последующее повышение репутации отдельных лиц или целых компаний.

Не меньшее значение в существовании бизнес-структуры играет культура менеджмента или тип управленческой стратегии, неразрывно связанный с корпоративными ценностями. Целью всех корпоративных мероприятий является максимизация эффективности деятельности бизнес-структуры, укрепление ее целостности, улучшение механизмов социальной сплоченности работников, с последующим повышением эффективности труда. Этот способ социальной интеграции отличают цель деятельности, наличие иерархизированной структуры отношений и легитимного господства.

Однако, единичный примеры крупнейших бизнес-структур, реализованных за последние 20 лет, в рамках корпоративной социальной ответственности в России не означает, что значительная часть предпринимателей знают и понимают значение социально ответственных практик. По нашему мнению, потребуется еще 10-15 лет до того момента, когда в российском бизнес-сообществе нормы социальной ответственности станут императивом. Пока бизнес-структуры начали обращать на это внимание и осознавать возможности социальной ответственности, но переход в массовое применение практик еще впереди.

В ряде проведенных за последние годы исследований прослеживается пока еще характерная специфика для данного периода социальных инвестиций в регионах. Сложившаяся тенденция оказания помощи местному сообществу в натуральной форме, напрямую, зачастую по принципу «из рук в руки»

позволяет лишь выборочно работать с последствиями социальных проблем. Компании не пытаются работать с причинами социальных проблем, инвестировать в их профилактику. Крайне редко для решения этих задач привлекаются специалисты как из научных кругов, так из некоммерческих организаций, занимающихся данной проблематикой. Стремление снизить организационные издержки при реализации социальных проектов ведет к снижению качества оказываемой помощи. В этом случае сама бизнес-структура не получает весь возможный эффект от проведенной работы, хотя, как уже говорилось ранее, основной и первоочередной целью является пиар.

В отношении социальной поддержки местного сообщества среди представителей топ-менеджмента в настоящее время преобладает позиция, которая может быть охарактеризована как «корпоративный эгоизм». Анализ показывает, что многие бизнес-структуры по-прежнему не строят планов относительно дальнейшего развития своих социальных программ. Это направление деятельности является сложным для планирования и ресурсоемким для реализации, поскольку в значительной степени зависит от экономического положения компании. По распространенному мнению, бизнес не должен замещать функции государства, его обязанности ограничиваются уплатой налогов, которые государство должно правильно тратить, в том числе и на социальную политику. Поэтому только крупные предприятия, входящие в состав влиятельных холдингов, а также предприятия интенсивно развивающихся отраслей способны были планировать и развивать собственные социальные программы.

В условиях рынка большое значение имеет фактор конкуренции: инвестируя в социальные проекты, имея более высокие рейтинги в социальных отчетах, бизнес получает преимущество для опережения конкурентов. Однако, соревновательность в обретении имиджа высоко этической и социально ответственной компании имеет смысл тогда, когда компаниям приходится действовать в условиях жесткой экономической конкуренции, а предприятия находятся в более или менее равных условиях. В российских условиях 90-х —

2000-х годов такая ситуация существовала как идеальная модель. Из-за многочисленных особенностей (индивидуального подхода к налогообложению предприятий, неформальных отношений власти и бизнеса) сама идея конкуренции оказалась дискредитирована. Конкурентная среда лишь в некоторых отраслях экономики (рынок оптово-розничной торговли, туризм, информационные технологии) играла значительную роль в деятельности. Следовательно, нет смысла прикладывать усилия в борьбе за статус «социально ответственной компании», если на конкурентных преимуществах это никак не скажется.

Особенности взаимоотношений государственных структур и бизнеса в определенном регионе привели к слабому развитию таких инструментов стимулирования деятельности бизнеса в интересах общества. Обеспечение необходимых правовых условий для социальных инвестиций, содействие развитию фондов местных сообществ и общественных организаций, проведение конкурсов, рейтингов, присвоение почетных наград, привлечение внимания к наиболее ярким примерам социальной ответственности бизнеса через СМИ – наличие этих инструментов крайне необходимо для развития новых благоприятных условий.

Социальная ответственность бизнеса может оказывать прямое влияние социальных программ компании на показатели ее успешности, являясь инструментом маркетинга, при условии роста качества и эффективности ее социальных программ. Однако в большинстве российских компаний вопрос об экономической эффективности вложения средств в социальные проекты даже не поднимается. Рядом исследователей отмечается, что понятия «благотворительность» и «выгода» в российском обществе «пока не пересекаются», т.е. в большинстве случаев не осознается донором в качестве движущей силы собственного развития и успешности. В связи с этим вопрос о коммерческой целесообразности вложения средств в социальные проекты, как правило, не рассматривается.

В результате в России с начала 2000-х годов все активнее ведется речь о формировании российским корпоративным сектором социальной политики нового типа, адекватной коммерческим целям компании.

Эволюция социальной ответственности после кризиса 2008 года: «время перемен». В оценке роли социальной политика современных бизнес-структур существует множество мнений, зачастую полярных. Не совсем правильным будет представлять (как это делают некоторые авторы) структуру социальной ответственности бизнеса в виде конфигурации отношений «донор-реципиент».

По нашему мнению, полноценное социальное партнерство возможно только при условии межсекторного (трехстороннего) взаимодействия субъектов. Тем более что выгода от реализации социальной политики, социального инвестирования может быть самой разной, а при качественной реализации эта деятельность требует не только серьезных ресурсных затрат, но и способствует повышению качества управления предприятием (см. выше).

В России уже на протяжении нескольких лет проводится награждение самых лучших (по мнению учредителей) практик в социальной ответственности. Самой солидной премией считается диплом «Росконкурса». Его выдают «компаниям высокой социальной эффективности». Конкурс проводится при поддержке Минэкономразвития и Минздравсоцразвития РФ. Некоторые эксперты считают, что объективных оснований премировать не было: в некоторых компаниях оклады работников снизились, отменены поощрения по результатам работы, уменьшились иные виды материальной помощи, и даже закрыты собственные социальные учреждения. Однако за свое участие в конкурсе организации должны были платить деньги, и не исключено, что иногда призовые места просто покупались.

Поэтому основным дискуссионным вопросом в России сегодня является вопрос о том, должно ли государство регулировать корпоративную социальную ответственность. Одна позиция формируется государственными органами и объединениями предпринимателей. В частности, на протяжении последних 15 лет этой работой активно занимается Российский союз промышленников и

предпринимателей (РСПП). С 2007 году была опубликована «Социальная хартия российского бизнеса», которая сформулировала основные постулаты практического значения социальной ответственных практик для российских компаний. В данной хартии социальная миссия бизнеса сформулирована как достижение «устойчивого развития самостоятельных и ответственных компаний, которое отвечает долгосрочным экономическим интересам бизнеса, способствует достижению социального мира, безопасности и благополучия граждан, сохранению окружающей среды, соблюдению прав человека»¹. По данным РСПП, к хартии присоединилось более 150 организаций, в которых работают более миллиона человек.

Однако, многие эксперты, особенно в период 2013-2016 гг., говорят о вновь вводимых поправках в законодательство, которые регулируют деятельность некоммерческих организаций и гражданских инициатив. Они обоснованно считают, что данные нововведения существенно ограничивают инициативу местного сообщества и косвенно влияют на возможности развития социально ответственных практик. Исследователи указывают на принцип добровольности, который лежит в основе эффективного взаимодействия власти, бизнеса и местного сообщества. Ограничение инициативы «снизу», свертывание профессиональными некоммерческими организациями своей деятельности не может не сказаться, наряду с финансовой нестабильной ситуацией в экономике страны, на уровне развития социальной ответственности. Иными словами, отчетливо можно наблюдать как экономический кризис 2009-2011 гг., а также события 2014-2016 гг. повлияли на сокращение как компаниями, так и некоммерческими организациями совместных проектов в рамках социальной ответственности бизнеса.

Противоположное мнение базируется на негативном опыте становления благотворительной деятельности с 80-х годов прошлого столетия. Созданный в 1987 году в СССР Детский фонд как первая благотворительная организация,

¹ Социальная хартия российского бизнеса/ Российский союз промышленников и предпринимателей [Электронный]. Режим доступа: <http://rspp.ru/12/6273.pdf>

имел все возможности стать определяющим для целого направления в социальной сфере. Но обвинения в нецелевом использовании средств очернили образ новой благотворительности. В дальнейшем практика очернения некоммерческих благотворительных фондов продолжалась на протяжении всех 90-х годов прошлого столетия, значительно уменьшив на долгие годы объем частных пожертвований в благотворительные фонды¹.

По нашему убеждению, одним из главных условий для развития корпоративной социальной ответственности является активное сообщество. Сегодня это пока самая слабая сторона в российском треугольнике общественных отношений. Эксперты отмечают также, что 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. Однако сегодня, декларируя заинтересованность в партнерских отношениях, чиновники и представители гражданских объединений в своих практических позициях отклоняются от заявленных. Расхождение обусловлено разным восприятием противоположной стороны, оценкой ее целей и возможностей, а также не совпадающей оценкой своих задач в диалоге. Государственные и муниципальные служащие закладывают в свои позиции восприятие себя как субъекта, обладающего монополией на информацию, компетентность, лучшее видение государственной стратегии. В таком восприятии сформировалась многолетняя традиция исполнительной власти в России, стремление ее к единоличному доминированию на политическом поле, к упованию на решающую силу административного воздействия.

¹ Алексеева О.П. История доверия в недоверительные времена. Современная российская благотворительность. М.: Эксмо, 2008. С. 23.

В Российской Федерации в благополучной ситуации, в период экономического роста отечественного и мирового капитала, ситуация с социальными инвестициями российского бизнеса более или менее была однозначна: ресурсов с избытком хватало на текущую деятельность. Поэтому у компаний была возможность задуматься о непрофильных вопросах. Таких, например, как организация (освоение) отдельно взятой бизнес-структурой целых направлений социальной политики.

По различным экспертным оценкам, опросам общественного мнения, специальным оценкам компаний, в среднем 80% компаний в России так или иначе вовлечены в благотворительность¹. Проблема заключается в том, что с наступлением кризиса ситуация коренным образом изменилась. Сворачиваются кредитные программы, сокращается сбыт, останавливаются конвейеры, долги перед партнерами, поставщиками и персоналом растут. В первую очередь компании стали переходить к экономии и, как следствие, к сокращению непрофильных, неприбыльных направлений работы бизнеса. Одним из таких направлений, попавших в перечень сворачиваемых работ в этот период, стали социальные инвестиции.

В новой, кризисной, ситуации (2008-2009 гг.) каждая компания оказалась перед нелегким выбором: сократить персонал или сохранить всем рабочие места с минимально возможной зарплатой; передать социальные объекты на баланс муниципалитета или продолжать их финансирование; сворачивать благотворительные проекты или только пересмотреть объемы оказываемой помощи.

По нашему мнению, на сфере благотворительности кризис должен отразился положительно.

Исследование, проведенное в августе 2009 года ВЦИОМом, показывает, что количество разовой, «случайной» благотворительной помощи в России уменьшилось, в то время как увеличилось количество респондентов, постоянно

¹ Всё о лидерах 2015: по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности - 2015». М.: Форум Доноров, 2015. 166 с.

занимающихся благотворительностью. Кроме этого, увеличилось количество людей, оказывающих помощь не в денежном эквиваленте, хотя большая ее часть по-прежнему (48%) передается именно деньгами¹.

Очевидно, что, в зависимости от масштабов и профиля бизнес-структуры, будет складываться его политика сохранения социальных инвестиций.

Более очевидным прогноз выстраивается в отношении сферы малого и среднего бизнеса. Дополнительные выплаты, широко практиковавшиеся в докризисный период, будут предоставляться более дифференцированно, согласно представлениям работодателя о ценности той или иной категории работников для предприятия. Разовые благотворительные акции, проводимые «под давлением сверху», вновь после окончания кризиса могут вернуться к прежним масштабам, т.к. для местных органов они стали не только традиционным, но и проверенным инструментом «залатывания» текущих проблем.

В отношении крупных бизнес-структур ситуация серьезно изменится. С одной стороны, в новых условиях причиной свертывания большинства социальных программ станет их эклектичный, несистемный характер, отсутствие планов по развитию и повышению их эффективности.

С другой стороны, положение компаний в новых условиях парадоксально: несмотря на то, что они имеют огромное влияние на различные институты власти и общества, в т.ч. на уровне регионов, они, тем не менее, становятся все более уязвимыми, зависимыми от мнения различных групп, оказывающих воздействие на них. Компании уже не могут принимать решение, руководствуясь только интересами собственной экономической выгоды. Поэтому многие из них не смогут просто свернуть свои социальные инвестиции.

В этот период не исключено смещение приоритетов в сторону поддержки населения региона для более равномерного распределения социальных инвестиций. Именно крупный бизнес может оказать серьезно влияние на

¹ Финютин А. Кризис не убивает благотворительность [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.unedited.ru/publ/1-1-0-2>

ситуацию, тем более что для некоторых регионов он является системообразующим. Социальная ответственность бизнеса, по нашему убеждению, является эффективным инструментом регулирования социальной напряженности определенного региона. Именно изменяющиеся социально-экономические условия подчеркивают значимость социально-ответственной деятельности бизнеса для определенной территории. Высвобождение кадров, свертывание социальных программ может привести к формированию агрессивной среды вокруг бизнес-структуры и росту социальной напряженности. Тем более, что в докризисный период в качестве социальной ответственности бизнеса менеджеры все-таки более склонны были рассматривать обеспечение льгот и гарантий своим работникам, чем поддержку региона.

Вопрос не только в сохранении рабочих мест. Даже при невозможности их сохранения должны быть предприняты все меры по снижению для них негативных последствий. В новых условиях бизнесу нельзя сохранять демонстрацию социальной ответственности, руководствуясь позицией «корпоративного эгоизма». Сохранение качества жизни местного сообщества, структурно-зависимых партнеров возможно, по нашему убеждению, только при переходе к «стратегии участия». Сегодня социальная ответственность бизнеса – это не просто вопрос этики или философии компании. Это нечто гораздо большее. И именно кризис покажет, кто из бизнес-структур является в большей степени социально-ответственным, доказав это конкретными действиями и необходимой помощью, сохранив при этом свою репутацию.

В последние годы очень многие воспринимали благотворительность как что-то, чем можно заняться «мимоходом», просто потому, что кому-то хотелось улучшения собственного имиджа за собственные деньги. Корпоративные и личные фонды, организации росли быстрее, чем грибы после дождя. «Благотворительностью» начали заниматься даже маркетинговые и PR-агентства. Это оказывало негативное влияние не только на образ благотворительности в обществе в целом, но часто и на самих адресатов этой помощи. Поэтому в отношении социальной ответственности бизнеса прошедший

в России 2008-09 годах экономический кризис – это, прежде всего, оздоровление системы в целом.

Таким образом, в основе изучения феномена социальной напряженности лежат исследования изменений в обществе, проявляющихся в неблагоприятных условиях. Протекающие изменения зачастую напрямую влияют на состояние психики человека. К причинам роста социальной напряженности в современном российском обществе следует отнести несовершенство социальной политики, рост неравномерности доходов. Все это ведет к трансформации ценностных установок личности и следующей за этим разобщённости социальных групп. При этом социологи отмечают «регионализацию» социальной напряженности при изучении ее через призму социологии пространства, обозначая ее связь с географическими границами территорий.

Эффективными инструментами регулирования и снижения социальной напряженности в рамках региональной социальной политики является либерализация правил оказания социальных услуг, привлечение бизнес-структур к решению проблем конкретных территорий и расширение доступа к государственному финансированию некоммерческих организаций. Уже сегодня в некоторых регионах крупные бизнес-структуры несут значительную финансовую нагрузку при реализации социальных программ развития территорий, в то время как средний и малый бизнес в эти процессы не включен. Проблема социальной политики в России заключается в недооцененных возможностях социальной активности бизнеса в части повышения качества жизни людей. Именно этот критерий лежит в основе социальной ответственности бизнеса.

Глава II. Социальная ответственность бизнеса и социальная напряженность: диагностика и регулирование

2.1 Предрасположенность к социальной напряженности в регионах ПФО: сравнительный анализ

Сегодня исследователи в прикладных социологических исследованиях используют множество апробированных методик измерений социальной напряженности. Применяемые методики зачастую базируются на авторском (уникальном) понимании социологической модели изучаемого объекта и его характеристик. Значительное влияние на разработку инструментария также оказывает ориентация на конкретные цели и задачи проводимого исследования.

Так часто используется подход к прогнозированию конфликта и социальной напряженности как стадии его развития с помощью конструирования оценочных, поведенческих, предметных и мотивационных индикаторов. Однако этот классический подход имеет ряд недостатков, существенно ограничивающих его использование в прогнозировании конфликтов на мезо- и макроуровнях.

Известен и подход, предполагающий фиксацию блоков показателей, каждый из которых конструируется как совокупность индикаторов, выраженных в форме индексов:

- экономический блок (рост цен, инфляция, стагнация производства);
- социальный блок (неудовлетворительное развитие социальной инфраструктуры региона, неразвитость рынков, неудовлетворительное состояние экономики региона);
- организационно-управленческий блок (отсутствие или степень эффективности программ развития и прозрачной системы принятия властных решений на уровне региона, уровень развития структур самоуправления региона, неэффективные формы политического управления и т.д.).

Эта система несколько более показательна для анализа социальных и политических конфликтов в регионе, но она громоздка и не решает задачу выявления уровня конфликтогенности ситуации. Возможно использование и

многофакторного критерия оценки социальной напряженности, основой которого является измерение уровня неудовлетворенности. Единственным существенным недостатком этой методики является упущение из поля анализа динамики идентификации контрагентов конфликта, о чем будет сказано ниже.

Общим для всех трех названных методик является концентрация внимания исследователя на анализе общественного мнения как показателя социальной напряженности.

При этом традиционно доминируют две составляющие социальной напряженности, выявляемые в ходе такого анализа:

1. Экономическая составляющая социальной напряженности. Здесь исследователь имеет возможность фиксировать:

а) специфику проблематизации жизни региона (отношение к территории, ее экономический потенциал, внешние проблемы, оказывающие влияние на жизнь территории (неплатежи, безработица), локальные проблемы, влияющие на формирование социальных отношений (например, развитие торговли и предпринимательства, СМИ);

б) развитие социальной инфраструктуры региона как фактора социальной напряженности;

в) оценку населением и его отдельными группами материального положения;

г) оценку населением и отдельными его группами экономической ситуации в регионе.

2. Политическая составляющая социальной напряженности. Здесь исследователь имеет возможность фиксировать:

а) оценку населением политической ситуации в регионе;

б) оценку населением властных институтов, уровня персонификации власти;

в) источники межнациональной напряженности;

г) отношение населения к местной власти и отношение к местным лидерам;

д) рассчитывать индекс демократичности региона.

Как видно из вышеперечисленного, эти исследования могут дать лишь небольшую долю материала для специализированного анализа, предполагающего, в первую очередь, анализ динамики построения отношений между носителями различных социальных и экономических интересов и потребностей.

Следует отметить, что рост социальной напряженности, рассматривался большинством исследователей как стадия развития конфликтной ситуации, большинство проводимых на региональном уровне исследований включает в себя весьма различный набор индикаторов, что, во-первых, затрудняет сопоставление конфликтного потенциала регионов, во-вторых, не дает полной и целостной картины происходящего. Так, в случае с Ярославской областью¹, традиционный мониторинг социальной напряженности позволил в 2008 г. выявить следующие тенденции:

- рост значимости экономической составляющей социальной напряженности;
- рост значимости миграции как фактора социальной напряженности;
- капитализацию нематериальных ценностей как фактор социальной напряженности.

Именно в этих направлениях фиксируется наибольший рост неудовлетворенности населения ситуацией, т.е. субъектно-объектное отношение, содержащее возможность трансформации в субъектно-субъектное отношение. Однако фиксируя в структуре любого социального конфликта такого рода отношения, исследователь испытывает значительные трудности при фиксации субъектного состава этой потенциально-конфликтной ситуации, поскольку сами респонденты испытывают затруднения при идентификации участников событий.

¹ Головин Ю.А., Особенности социально-политических напряжений и конфликтов в крупных региональных центрах России (Нижний Новгород - Ярославль) // URL: http://www.isras.ru/abstract_bank/1208801908.pdf. (дата обращения: 2.05.2011).

Фактически существует риск замеров не уровня социальной напряженности (т.к. она предполагает отношения между субъектами, контрагентами конфликта, осознавшими свои цели), а лишь начальный ее этап, что затрудняет дальнейшее прогнозирование.

Кроме того, латентность и фрагментарность большинства конфликтных взаимодействий приводит к тому, что как формальные, так и неформальные институциональные практики конфликтных взаимодействий практически не срабатывают в этих условиях. С этим связан рост неудовлетворенности, которая фиксируется с помощью традиционных методик измерения уровня социальной напряженности и которую сложно интерпретировать без специализированного инструментария, позволяющего оценивать субъектный состав конфликта.

В целом, для каждого социального образования существует целый ряд общих факторов, влияющих на уровень социальной напряженности: российских и региональных, но в каждом муниципальном образовании своя специфика. Поэтому целесообразно рассмотреть, какие факторы влияют на социальную напряженность в территориальном образовании и какая зависимость прослеживается в этом процессе от качества и уровня работы местных администраций. В.А. Быковский предложил следующую методику расчета уровня социальной напряженности в муниципальных образованиях. На первом этапе определяются наиболее характерные показатели, влияющие на уровень социальной напряженности (Н1) в конкретном муниципальном образовании:

К1 – денежные доходы населения в расчете на одного жителя за месяц в тыс. руб.;

К2 – прожиточный минимум (тыс.руб.);

К3 – коэффициент кратности доходов к прожиточному минимуму;

К4 – бюджетная обеспеченность на душу населения (тыс. руб./чел;

К5 – обеспеченность жильем на 1 человека (кв. метров);

К6 – суммарный % обеспечения жилых помещений горячей водой и канализацией;

К7 – численность населения (тыс. чел.);

К8 – количество зарегистрированных преступлений (на 1000 чел.) по итогам года;

К9 – плотность населения;

К10 – численность безработных;

К11 – расходы на здравоохранение, тыс. руб. на одного жителя;

К12 – расходы на образование, тыс. руб. на одного жителя;

К13 – расходы на культуру (тыс. руб. на одного жителя)¹.

На втором этапе выводятся рейтинговые места (S1, S2, S3 и т.д.) по каждому показателю среди муниципальных образований в зависимости от вектора влияния (повышающий или снижающий фактор) на уровень социальной напряженности. Далее методом экспертной оценки определяется удельный вес значимости каждого показателя, влияющего на уровень социальной напряженности в муниципальном образовании. В сумме значения составляют 1,0. По результатам исследования, согласно предложенной методике, определяется сумма баллов и выводится средний балл расчетного коэффициента социальной напряженности по пятибалльной системе в каждом муниципальном образовании².

Но для полноценного анализа социальной напряженности, по-нашему мнению, этого недостаточно. Можно сказать, что, картина, характеризующая социальную напряженность региона, была бы более полной и объективной, если сравнить коэффициент, полученный в результате предложенной методики, с результатами социологических опросов или иными данными, выполняющими «контрольную» функцию в описании ситуации.

Данный подход реализован во второй методике. Чтобы оценить социальную напряженность в регионах России, Р. Попов и А. Сусаров³ для каждой

1 Быковский В. А. Социальная напряженность на муниципальном уровне: методика оценки // Социологические исследования. № 10. 2005. [Электронный ресурс]. Режим доступа: -URL: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2005-10/Bykovsky.pdf> (дата обращения: 17. 08.15)

² Там же

³ Попов Р., Сусаров А. Социальная напряженность и социальное неблагополучие // Регионы России в 1998 году. М., 1999.

территории определяли соответствующий индекс, формируемый на основе следующих показателей:

- уровня протестной активности населения;
- уровня митинговой активности населения;
- миграционной активности населения;
- степени политической поляризации населения;
- уровня протестного голосования;
- степени этнической гомогенности населения.

Все входящие в индекс социальной напряженности параметры приводились к пятибалльной шкале и суммировались, т. е. брались с равным весом.

Уровень протестной активности населения определялся по данным Министерства внутренних дел как отношение количества человеко-дней, затраченных на различные массовые акции протеста (демонстрации, митинги, пикеты, забастовки, голодовки и т. д.), к численности населения региона. Такой показатель, как человеко-день, позволяет учитывать не только массовость акций протеста, но и их продолжительность. Средний вклад этого показателя в итоговый индекс социальной напряженности составил 1,9.

Уровень митинговой активности населения определялся аналогично предыдущему показателю, но учитывались только демонстрации, митинги, походы, пикеты и собрания. Целесообразность выделения этих проявлений протестной активности в отдельную группу заключается в том, что именно на митингах и демонстрациях чаще всего поднимались политические лозунги. Уровень митинговой активности позволяет оценить влияние политической ситуации в регионе на социальную напряженность. Забастовки в подавляющем большинстве были вызваны экономическими причинами (чаще всего — невыплатами заработной платы) и прекращались после выплаты бастующим денег. Средний вклад данного показателя в итоговый индекс социальной напряженности составил, как и предыдущего, 1,9.

Под *миграционной активностью населения* понималось количество жителей, выехавших за год на постоянное место жительства за пределы данного региона, в расчете на все население территории в конце года. Средний вклад данного показателя в итоговый индекс социальной напряженности составил 2,6. Низкий общероссийский показатель (0,02 человека на 1000 жителей) объясняется относительно небольшим количеством выезжающих на постоянное место жительства за пределы России. Выезд за пределы региона тоже можно расценивать как своеобразную форму протеста против не удовлетворяющих ту или иную часть населения условий жизни.

Степень политической поляризации населения определялась по соотношению электоратов в одном из туров ближайших президентских выборов. Степень политической поляризации внесла наибольший вклад в итоговый индекс социальной напряженности – 4,1.

Существенно повысил итоговую корреляцию между индексом социальной напряженности и индексом социального неблагополучия такой показатель, как *уровень протестного голосования*. В данном случае он представляет собой комплексный показатель, состоящий из приведенных к пятибалльной шкале данных. Просуммированные данные, в свою очередь, также были проранжированы по пятибалльной шкале. Средний вклад показателей протестного голосования составил 2,7 балла.

Показатель этнической гомогенности населения российских регионов использован не в качестве индикатора социальной напряженности, а как ее катализатор. Он не равнозначен уровню межнационального напряжения или конфликтности и введен для оценки потенциала межэтнического напряжения. К сожалению, как показывает практика, на полиэтничной территории ухудшение условий жизни отрицательно сказывается и на межнациональных отношениях. А это, в свою очередь, может многократно усилить социальное напряжение в обществе.

Далее исследователями для большей объективации реальной картины были проанализированы совместно зависимость индексов социальной

напряженности и социального неблагополучия. Полученные авторами выводы свидетельствуют, что регионы, "недооцененные" по уровню социальной напряженности, вполне возможно, могут в скором времени оказаться на грани социального взрыва. И наоборот, слишком социально перенапряженные регионы по мере стабилизации их экономического положения и снижения индекса социального неблагополучия могут постепенно успокаиваться.

Кроме макроуровня, разработаны более простые методики измерения социальной напряженности в отдельных социальных группах, таких, например, как трудовые коллективы и организации. В частности, В.М. Прибыловский для оценки конфликтности организации на основе выявления интегрального показателя социальной напряжённости применяет формулу, полученную с помощью факторного анализа:

$$K = (X_1 + X_2 + \dots X_n) : P$$

Где: К – коэффициент социальной напряжённости; X – фактор неудовлетворённости потребностями персонала; P – количество факторов, вызывающих неудовлетворённость более чем у половины опрошенных. Экспериментальное исследование показывают, что в случае, если $K < 20\%$, состояние организации удовлетворительное, при $K < 40\%$ отмечается неустойчивое состояние отношений, при $K > 70\%$ – кризисное состояние отношений в организации. Используя следующую методику – специальную систему социальных показателей, оценивающих различные стороны деятельности администрации и коллектива (без руководителей) – можно с достаточной точностью определить уровень социальной напряженности на предприятии¹.

Ниже приводится общая шкала (один из вариантов), оценивающая уровень социальной напряженности больших социальных общностей:

¹ Прибыловский В.М Социальные механизмы управления организационными конфликтами: автореф. дис. канд. социол. наук: М., 2008.

1,0 – максимальный уровень социальной напряженности, выражающийся, как правило, в явном и демонстративном отказе от работы и даже применении насильственных мер против противоположной стороны;

0,8 – демонстрации, забастовки, выступления, призывы и пр., в принципе носящие компромиссный характер;

0,6 – неявная демонстрация конфликта. В этом случае, как правило, происходит массовое невыполнение производственных заданий, возрастает брак в работе, имеется довольно большое количество нарушений дисциплины и пр.

Понятно, что при этих первых или вернее, последних стадиях конфликтности, работа предприятия практически парализована;

0,4 – скрытая напряженность. Выражается в низком уровне общей удовлетворенности работой, открытых высказываниях против решений администрации, негативном обсуждении ее действий, предприятие в этом случае не может хорошо работать и становится нерентабельным;

0,3 – производственные задания в целом выполняются, брак в работе небольшой, внешнего проявления неудовлетворенности работой и администрацией не имеется;

0,2-0,15 – предельно низкий уровень напряженности. В этом случае предприятие работает оптимально¹.

Проведенные В.М. Прибыловским социологические исследования с использованием данной методики показывают, что сегодня на предприятиях уровень социальной напряженности равен примерно 0,45-0,65 баллов.

Недостатками рассмотренных выше существующих методик являются:

- Отсутствие возможности проводить динамический анализ социальной напряженности. Они основываются на статистических данных и дают представление о ситуации только по состоянию на конец изучаемого временного периода (в частности, на 31 декабря каждого года), что

¹ Прибыловский В.М Социальные механизмы управления организационными конфликтами: автореф. дис. канд. социол. наук: М., 2008.

неприемлемо для использования полученных коэффициентов социальной напряженности при принятии управленческих решений.

- Учитывают далеко не все параметры, формирующие социальную напряженность. Так актуальность одних параметров при расчете социальной напряженности для большой территории снижается при использовании этих же параметров при расчете социальной напряженности небольшой социальной группы.
- Проведение социометрических исследований – очень трудоемкий и дорогостоящий процесс. В поиске источника конфликтной ситуации и роста социальной напряженности, выявления ее причин может пройти много времени.
- Проводимые исследования часто ограничиваются микросоциальным уровнем (например, профессиональным коллективом) и редко выходят на уровень города или региона.
- Некоторые авторы используют при исследовании социальной напряженности несопоставимые методики, что не дает возможности сравнить полученные результаты. «Судя по публикациям 1990-х годов, измерительные инструменты, за редчайшим исключением, не проходят предварительного экспериментального тестирования на валидность и надежность измерения, поэтому вызывают вполне обоснованные сомнения в практической пригодности и применимости у специалистов и социологов-практиков»¹.
- Большинство методик усложнены и переполнены показателями.
- Отсутствует анализ территориальной дифференциации показателей и причинно-следственных связей. Без такого анализа даже апробированные в

¹ Пирогов И.В. Социальная напряженность: теория, методология и методы измерения: автореф. дис. канд. социол. наук. Иваново, 2002. С. 9-10.

межстрановых сопоставлениях показатели могут оказаться малопригодными для региональных оценок из-за воздействия факторов, не связанных с социальным развитием.

В результате, при измерении социальной напряженности целесообразно, по нашему мнению, использовать не наборы отдельных показателей, а комплексные индексы. Данный подход обусловлен тем, что при существующей системе обновления данных (большинство показателей актуализируется не чаще раза в год) измерение реального уровня социальной напряженности региона весьма затруднительно.

Анализ вышеприведенных методик и подходов позволяет сделать вывод о том, что социальная напряженность возникает в большинстве случаев из-за разногласий и конфликтов между основными субъектами межсекторного взаимодействия, независимо от масштабов сообщества – от бизнес-структуры до региона. На уровне региона таковыми являются местное сообщество, государственные структуры (органы власти) и бизнес-структуры.

Наиболее точно их взаимодействие описано в работах В.Н. Якимца¹²³⁴. Предложенная им модель межсекторного социального партнерства является, на наш взгляд, наиболее подходящей для дальнейшей разработки инструментов к измерению социальной напряженности. В ней не только всесторонне описана концепция, разработаны принципы взаимодействия, но и дан анализ механизмов межсекторного социального партнерства.

¹ Якимец В.Н Социальные инвестиции российского бизнеса: механизмы, примеры, проблемы, перспективы: Т. 18. М.: КомКнига, 2005. 184 с.

² Якимец В.Н. Управление партнерскими программами в социальной сфере, ориентированной на результат // Социальное партнерство: социальная трансформация институтов и практик: сборник статей и материалов Международного казанского научного форума «Методология исследования конфликтов» (19-20 октября 2013 г., г. Казань) / под ред. А.Г. Большакова, С.Р. Ефимовой. - Казань: Казан. ун-т, 2014. - С. 30-47.

³ Якимец В.Н., Исаева Е.А. Рейтинги субъектов РФ по продвижению межсекторного социального партнерства.//Сб.статей. Куда пойдет Россия: новые возможности и ограничения современного развития. М. ИД Ключ-С, 2013, С.356 - 366.

⁴ Якимец В.Н. О развитии межсекторного социального партнерства в России: новые конструктивные механизмы, научные и практические задачи// Коллективная монография «Взаимодействие власти и гражданского общества в контексте трансформации российского общества: от конфронтации к партнерству» [ред. колл.: Л.И. Никовская (отв. ред.), Молокова М.А., В.Н. Якимец]. Курск-Москва: ИС РАН, 2014, сс. 225-242

Межсекторное социальное партнерство (МСП) – это конструктивное взаимодействие организаций из двух или трех секторов (государство, бизнес, сообщество), «выгодное» населению региона и каждой из сторон и обеспечивающее положительный эффект от «сложения» разных ресурсов при решении социальных проблем. Для создания работоспособных схем такого взаимодействия необходимо учитывать следующее:

- каждый сектор обладает специфическим набором свойств, важнейшим из которых является форма собственности (частная, государственная, муниципальная и иные формы);

- на территории России не найдется ни одного более-менее крупного населенного пункта или района, где бы не существовали, функционировали и взаимодействовали (в широком смысле слова) организации каждого из названных секторов общества;

- любой представитель каждого из трех секторов, осознавая наличие организаций других секторов в поле своей сферы деятельности, имеет определенную совокупность ожиданий в отношении развития своего сектора и реакции со стороны других секторов.

В результате каждому из субъектов (секторов) присущ уникальный набор интересов, определяющих вектор их действий. Территория региона является для них социальным полем, в рамках которого происходит взаимодействие. Конфликт интересов и меняющееся соотношение сил приводит к изменению уровня социальной напряженности данного региона.

В связи с тем, что социальная напряженность обусловлена:

- степенью несовпадения интересов субъекта и объекта социальных взаимодействий;
- различием в степени ответственности субъекта и объекта социальных взаимодействий;
- состоянием неравенства возможностей в защите своих прав,

то именно данную модель взаимодействия на уровне региона мы и возьмем за основу для построения исследовательской логики, так как именно она наиболее полно отвечает задачам нашей работы.

В рамках обозначенного подхода уровень социальной напряженности зависит от уровня развития и активности каждого из трех представленных субъектов (государства, сообщества и бизнеса) в определенный временной период. Измерение социальной напряженности – это соотношение комплексных показателей развития данных субъектов.

При этом высокий уровень социальной напряженности свидетельствует о поздней стадии развития конфликтной ситуации, в которой сделать что-то конструктивное уже сложно. Для профилактики и предотвращения конфликта, с учетом ситуации, целесообразнее, по нашему убеждению, говорить об измерении склонности региона к изменениям (росту) уровня социальной напряженности и различным ее проявлениям. Для этого, по нашему убеждению, уместно использовать существующие комплексные индексы измерения тех или иных частей социального экономического функционирования. Применяемые для их построения методики опробированы многолетними практиками, что не только подтверждено экспертным сообществом, но и позволяет использовать имеющийся массив данных для исследований и анализа процессов в динамике. Комплексные индексы, в частности индекс качества жизни (или их аналоги), рассчитываются ЮНЕСКО, Всемирной организацией здравоохранения, Всемирным Банком, International Society for Quality-of-Life Studies, Social Indicators Research Centre, рядом рейтинговых СМИ, научных изданий, общественных и консалтинговых организаций.

Наиболее полными комплексными индексами, на наш взгляд, из всех существующих являются:

- Индекс Развития Человеческого Потенциала ООН – ИРЧП;
- «Индикаторы Мирового развития» Всемирного Банка;
- Индекс физического качества жизни PQLI;

- Индекс социального прогресса ISP;
- Социальные индикаторы ОЭСР;
- Комбинированный индекс качества жизни CQLI.

В связи с тем, что важнейшим фактором в формировании социальной напряженности является качество жизни, именно данный комплексный показатель и методики его измерения легли в основу нашего исследования. Использование комплексных индикаторов позволит более точно определить исходные показатели для расчетов и повысить эффективность нашей методики. При этом существуют и более сложные методики (в т.ч. и математические модели), но их использование не всегда позволяет повысить достоверность получаемых данных.

Существующие комплексные индексы позволяют выделить два базовых подхода к процедуре оценки качества жизни – субъективный и объективный. В первом случае имеет место оценка самими индивидами степени своей удовлетворенности жизнью. Следовательно, качество жизни здесь определяется как восприятие людьми своего положения в жизни; строится оно на основании культурных особенностей и системы ценностей, принятой в данном обществе, устоявшихся жизненных стандартов социальной микро- и макросреды, ожиданий, целей индивида¹.

Как показывают исследования, расчет индекса качества жизни на основе субъективной оценки индивидом окружающего его уровня жизни считается, как правило, более адекватным с точки зрения реализации. Ряд исследователей полагает, что определение человеком или группой степени удовлетворенности своих потребностей и своим положением на текущий момент дает наиболее объективную картину. В качестве примера можно рассмотреть Индекс

¹ Овечкин Иван Павлович Методические основы определения эффективности социальных инвестиций в развитии региональной социально-экономической системы // Вестник ТГУ. 2011. №7. [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-osnovy-opredeleniya-effektivnosti-sotsialnyh-investitsiy-v-razvitiy-regionalnoy-sotsialno-ekonomicheskoy-sistemy> (дата обращения: 23.03.2017).

социальных настроений¹, рассчитываемый в Левада-Центре с января 1995 года. ИСН является обобщенным показателем динамики массовых настроений общества, дающим количественную оценку влияния массового сознания на развитие страны. ИСН основан на данных о мнениях населения, поэтому его динамика напрямую зависит от того, как различные факты общественной жизни отражаются в массовом сознании, в том числе на вербальном уровне. Методика состоит из 12 вопросов, по каждому вопросу строится индивидуальный индекс как разность долей положительных и отрицательных ответов, и прибавляется 100, чтобы избежать появления отрицательных значений индекса. Совокупный индекс ИСН рассчитывается как арифметическая средняя из индивидуальных индексов. Таким образом, ИСН изменяется в интервале от 0 до 200, причем значения индекса менее 100 означают преобладание отрицательных оценок. Однако, очевидно, что в этом случае:

- индекс качества жизни выводится по результатам значительного количества массовых опросов, что предполагает крупные финансовые затраты на проведение исследования;
- индекс рассчитывается для всей Российской Федерации.

Поэтому субъективный подход существенно затрудняет сравнительные исследования, так как неформальные стандарты качества жизни очень существенно различаются по регионам внутри страны.

В процедурах объективной оценки качества жизни итоговый показатель выводится на основе статистической обработки широкого набора отдельных статистических индикаторов, в той или иной степени отражающих социальное развитие (сближаясь, таким образом, с ИРЧП, но превосходя его по числу компонент индекса). Конкретный набор величин, привлекаемых для расчета индекса, различается в разных методиках составления рейтинга, что зависит от методологических установок разработчиков, а также, не в последнюю очередь, от специфики конкретной страны/региона, которую изучают, дабы набор показателей более достоверно показывал качество жизни именно на данной

¹ Индекс социальных настроений. Левада-Центр. <http://www.levada.ru/2014/07/20/indeks-sotsialnyh-nastroenij/>

территории¹.

Главной проблемой самого «популярного» индекса ИРЧП является недостаточная полнота «охвата» измеряемого признака. С одной стороны, ограниченность числа необходимых для расчета операциональных статистических показателей позволяет, в силу широкой их доступности, рассчитывать индекс для подавляющего большинства стран и регионов. С другой стороны, в силу специфики стран, не во всех случаях ИРЧП может адекватно отражать степень развития конкретного общества – что, в определенной степени, является следствием сознательной редукции числа компонент индекса. Принципиальной особенностью авторского подхода к индексу предрасположенности к социальной напряженности стало осознанное совмещение субъективных (экспертных) оценок качества жизни и объективных официальных статистических данных Федеральной службы государственной статистики РФ. Поэтому для разработки собственной методики измерения социальной напряженности мы использовали комплексные индикаторы, максимально характеризующие состояние субъектов межсекторного социального партнерства и ситуации в регионе. В качестве индикатора был выбран рейтинг экономического развития регионов РФ (рейтинг инвестиционной привлекательности «Эксперта») и авторская методика доктора политических наук А.С. Ахременко – индекс качества жизни российских регионов².

Почему были выбраны данные индексы? Рейтинг инвестиционной привлекательности «Эксперта»³ является одним из самых авторитетных экспертных опросов в России. Результаты аналитического исследования ежегодно, начиная с 1996 года, готовятся рейтинговым агентством "Эксперт РА".

¹ Ахременко А. С. Качество жизни регионов России: политологический аспект, методология и методика измерения // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2010. № 1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://polit.msu.ru/kaf/lab_quant/public/ (дата обращения: 7.05.2015).

² Ахременко А. С. Стабильность политического и социального развития российских регионов: взгляд через призму проблемы качества жизни // URL: <http://www.opec.ru/1243239.html> (дата обращения: 18.08.2014).

³ Инвестиционные рейтинги регионов России <http://raexpert.ru/ratings/regions/> (дата обращения: 18.08.2016).

В качестве составляющих инвестиционного климата в рейтинге инвестиционной привлекательности российских регионов "Эксперт РА"¹ используются две относительно самостоятельные характеристики: инвестиционный потенциал и инвестиционный риск.

Инвестиционный потенциал – количественная характеристика, учитывающая насыщенность территории региона факторами производства (природными ресурсами, рабочей силой, основными фондами, инфраструктурой и т.п.), потребительский спрос населения и другие показатели, влияющие на потенциальные объемы инвестирования в регион.

Оценка весов вклада каждой составляющей в совокупный потенциал или интегральный риск получается в результате ежегодных опросов, проводимых среди экспертов из российских и зарубежных инвестиционных, консалтинговых компаний и предприятий.

Методика оценки качества жизни в регионах России разработана Лабораторией математических методов политического анализа и прогнозирования факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова [Приложение 1].

В качестве рабочего определения качества жизни в рамках данного исследования использовано следующее: качество жизни – степень удовлетворения некоторого базового набора материальных и духовных потребностей индивида, характеризуемая, с одной стороны, определенным уровнем благосостояния, с другой – наличием необходимой инфраструктуры и прочих условий для удовлетворения этих потребностей. Рейтинг качества жизни российских регионов, соответственно, построен исключительно на основании официальных статистических данных Федеральной службы государственной статистики РФ. Ориентация на объективные статистические данные является более методологически корректной, исходя из поставленной перспективной цели исследования – оценки эффективности деятельности региональной администрации и политической системы России в целом на основании

¹ См. там же

показателей качества жизни¹.

Принципиально для нас то, что обе методики используют максимум тех показателей, на которые влияет социальная политика бизнес-структур в регионах России. Любые социальные инвестиции оказывают прямое воздействие на те или иные показатели, что ведет к изменению общих индексов. Основываясь на этом, мы предлагаем собственную методику расчета предрасположенности региона к социальной напряженности.

Формула представляет собой соотношение представленных комплексных индикаторов между собой:

$$STM = \frac{\text{качество жизни региона}}{\text{рейтинг инвестиционного потенциала региона}}$$

где STM (от англ. *mental strain*) – комплексный индикатор предрасположенности региона к социальной напряженности.

Рост и изменения в регионе происходят за счет существующих противоречий в треугольнике межсекторного социального партнерства. Из-за разногласий и конфликтов между субъектами данной модели меняется уровень социальной напряженности. Собственно уровень социальной напряженности зависит от уровня развитости и активности каждого из субъектов в определенный период времени. Оперативное измерение данного уровня практически невозможно, т.к. требуется получить информацию по значительному количеству показателей (см. выше анализ приведенных методик), часть из которых можно собрать только с помощью специально организованного исследования (экспертное интервью). Проведение подобного исследования и анализ полученных данных для среднестатистического региона займет длительный срок, что является критическим периодом, так как за этот срок в регионе могут произойти существенные изменения. Попытка оценить уровень

¹ Ахременко А. С. Качество жизни регионов России: политологический аспект, методология и методика измерения // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2010. № 1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://polit.msu.ru/kaf/lab_quant/public/ (дата обращения: 7.05.2015).

социальной напряженности по отдельным показателям (по уровню протестной активности, например) не даст всей необходимой информации для принятия управленческих решений.

Иными словами, составить методику по измерению уровня социальной напряженности в определенный момент времени, наполнив ее адекватными инструментами, по-нашему мнению, возможно, но данная методика будет крайне трудоемкой для использования на практике. Поэтому в своей работе мы предлагаем измерять не уровень социальной напряженности, а уровень склонности региона к социальной напряженности. Используемые методики оценки позволяют совмещать как статистические данные, так и экспертную оценку, что повышает эффективность расчетов. Приведем пример расчетов для некоторых регионов:

Табл.1 Расчет индекса STM для некоторых регионов РФ в 2008 г.

Регион	Индекс качества жизни (2008 г.)	Позиция в рейтинге «Эксперт РА» (2008 г.)	Индекс предрасположенности региона к СНП (STM)
Татарстан	68,19	9	7,58
Санкт-Петербург	75,33	6	12,56
Тюмень	67,25	43	1,56
Иркутск	57,47	17	3,38
Ингушетия	57,55	81	0,71

Анализ приведенных расчетов показывает следующее:

- У Татарстана и Санкт-Петербурга из-за высокого качества жизни и высокой оценки экспертами инвестиционных перспектив данных регионов в 2008 году была практически одинаковая склонность к социальной напряженности. Сильная склонность Татарстана как национального региона к автономной политике компенсировалась прогнозируемой позицией Президента республики М.Ш. Шаймиева и его хорошими отношениями с федеральным центром. Данный аспект

не мог быть учтен при использовании исключительно статистических данных, был выявлен экспертами, что привело к схожему индексу склонности к социальной напряженности в этих совершенно разных регионах;

- При незначительных отличиях в качестве жизни у Татарстана и Тюмени, относительно благополучная Тюменская область показывает более низкий уровень склонности к социальной напряженности из-за «монолитной» структуры регионсобальной экономики, а также низких показателей по «социальным болезням».
- При сравнимом качестве жизни, Ингушетия по сравнению с Иркутской областью, имеет индикатор склонности к социальной напряженности почти в 5 раз меньший, несмотря на сложную ситуацию с межнациональными отношениями и преобладание традиционного общественного уклада во всех регионах Кавказа.

Анализ по 6-ти регионам ПФО за 13 лет. Просчитаем склонность к социальной напряженности 6-ти наиболее крупных регионов Приволжского федерального округа. Главными критериями отбора стали основные показатели, определяющие развитие региона:

- площадь, занимаемая регионом;
- численность населения;
- развитая экономика (регионы-доноры);
- уровень доходов населения.

В результате для практического анализа и проверки выдвинутой в исследовании гипотезы в расчетах были использованы данные социально-экономического положения Самарской, Нижегородской, Саратовской областей, Башкортостана, Татарстана и Пермского края [Приложение 2].

С учетом имеющихся данных, лежащих в основе выбранных нами методик и необходимых для расчета предрасположенности региона к социальной напряженности (STM), исходные данные были взяты за период с 2002 по 2014 годы.

Расчет качества жизни регионов за 2002 год по методике А. Ахременко дал следующие показатели:

Регион	2002								
	Н	І	М	С	В	С	Л	Ј	QL
Республика Татарстан	33,77	78,17	25	88,10	65,57	5,1	67,55	98,80	53,85
Республика Башкортостан	27,87	75,39	-2	87,40	74,91	6,193	66,08	98,30	44,20
Нижегородская область	33,03	70,95	2	86,40	65,75	4,378	64,45	99,20	44,99
Пермский край	32,53	71,02	-13	86,10	38,54	6,268	62,97	98,70	41,08
Саратовская область	31,90	55,71	10	86,60	73,69	4,264	65,8	98,30	40,87
Самарская область	35,13	82,46	14	91,60	56,34	7,095	65,5	98,40	55,76

Табл.2 Расчет индекса качества жизни регионов ПФО в 2002 г.

Приведем полученные данные в формате графика:

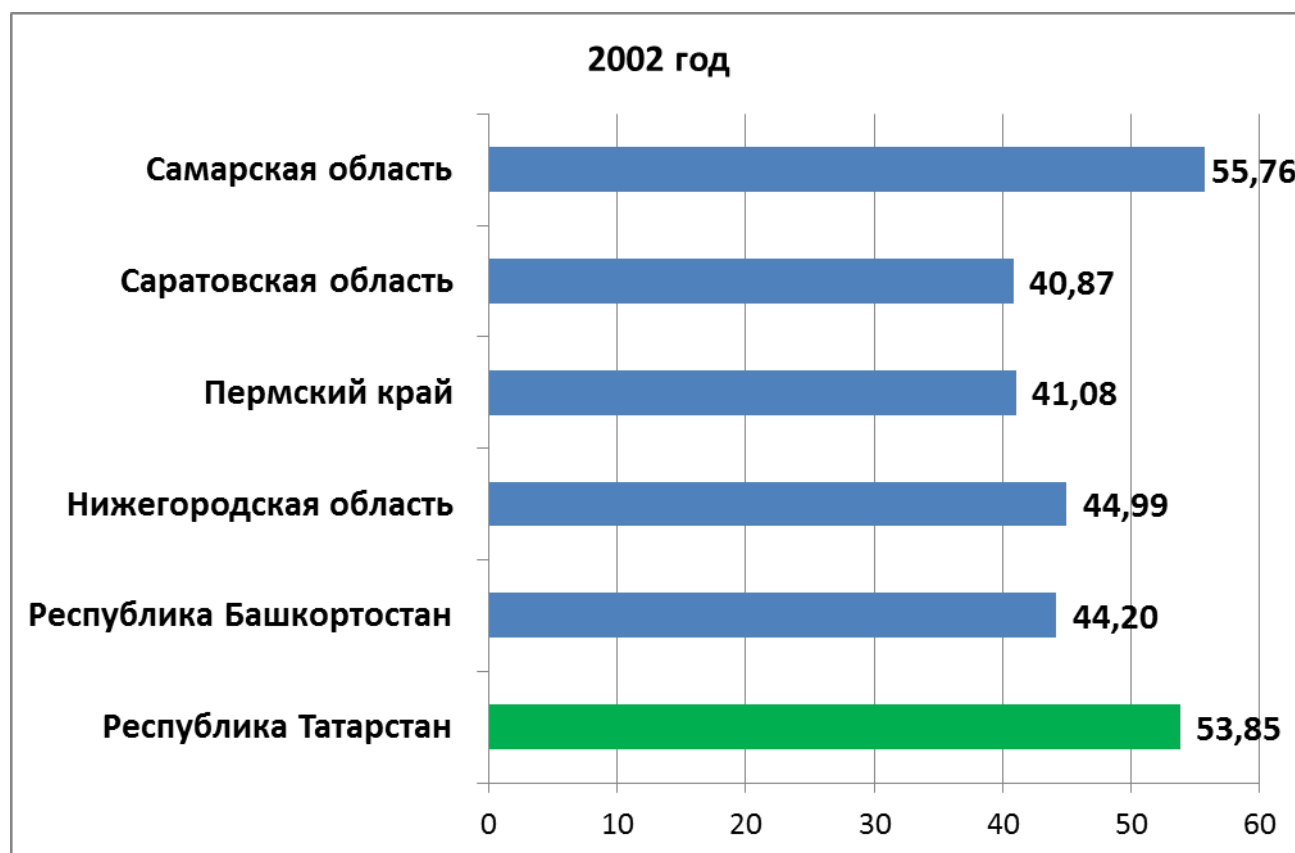


Рис. 1 Качество жизни в регионах ПФО в 2002 г.

Для сравнения в динамике приведем расчеты качества жизни выбранных регионов за 2002- 2015 гг.:

Табл.3 Расчет качества жизни по выбранным регионам ПФО

РЕГИОН	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Республика Татарстан	53,85	55,33	55,02	61,07	64,46	67,96	68,44
Республика Башкортостан	44,20	48,44	49,47	57,02	58,62	63,68	66,29
Нижегородская область	44,99	47,77	48,46	54,06	54,27	57,47	59,36
Пермский край	41,08	43,91	44,05	48,56	49,56	53,22	54,33
Саратовская область	40,87	41,50	42,26	50,95	52,48	54,18	55,79
Самарская область	55,76	55,22	54,29	66,04	65,06	65,32	65,24

РЕГИОН	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Республика Татарстан	70,48	70,01	75,49	77,1	77,1	75,7	76,0
Республика Башкортостан	68,64	65,12	64,72	66,1	72,7	68,5	66,8
Нижегородская область	60,06	60,17	64,43	67,0	72,3	71,3	71,6
Пермский край	54,73	54,49	61,40	64,9	65,2	64,0	62,8
Саратовская область	59,21	58,23	61,58	64,6	65,3	64,1	65,0
Самарская область	66,12	64,79	68,82	69,5	67,5	66,5	65,9

Из рейтинга «Эксперт РА» выбраны позиции изучаемых 6-ти регионов ПФО в диапазоне 2002-2015 гг.:

Табл.3 Позиция в рейтинге «Эксперта» по выбранным регионам ПФО

Регион	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Республика Татарстан	9	10	11	6	10	13	9	11	11
Республика Башкортостан	15	16	10	9	8	12	8	10	10
Нижегородская область	8	9	12	8	11	15	11	13	13
Пермский край	12	17	13	13	12	14	10	12	12
Саратовская область	21	13	15	33	27	38	41	41	15
Самарская область	6	12	14	11	13	16	12	14	14

Регион	2011	2012	2013	2014	2015
Республика Татарстан	11	5	5	7	5
Республика Башкортостан	10	13	13	6	15
Нижегородская область	13	15	15	17	17

Пермский край	12	14	14	16	16
Саратовская область	44	45	47	46	45
Самарская область	14	16	16	18	18

По предложенной формуле сделаем расчеты уровня склонности региона к социальной напряженности STM:

Табл.4 Склонность регионов ПФО к социальной напряженности по годам

Регион	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Республика Татарстан	5,89	5,5	4,98	10,16	6,36	5,2	7,58	6,38	6,37
Республика Башкортостан	3,0	2,97	4,84	6,39	7,44	5,23	8,16	6,85	6,54
Нижегородская область	5,62	5,31	4,03	6,72	4,93	3,83	5,38	4,62	4,62
Пермский край	3,8	2,72	3,52	4,13	4,51	3,97	5,6	4,74	4,81
Саратовская область	2,08	3,29	2,88	1,65	2,05	1,46	1,39	1,47	4,01
Самарская область	8,73	4,52	3,81	5,55	4,74	4,02	5,37	4,72	4,69

Регион	2011	2012	2013	2014	2015
Республика Татарстан	6,86	15,42	15,42	10,82	15,2
Республика Башкортостан	6,47	5,08	5,59	11,42	4,45
Нижегородская область	4,96	4,63	4,82	4,19	4,21
Пермский край	5,12	4,47	4,66	4,00	3,93
Саратовская область	1,40	1,44	1,39	1,39	1,44
Самарская область	4,92	4,34	4,22	3,69	3,66

Приведем полученные данные в формате графика:

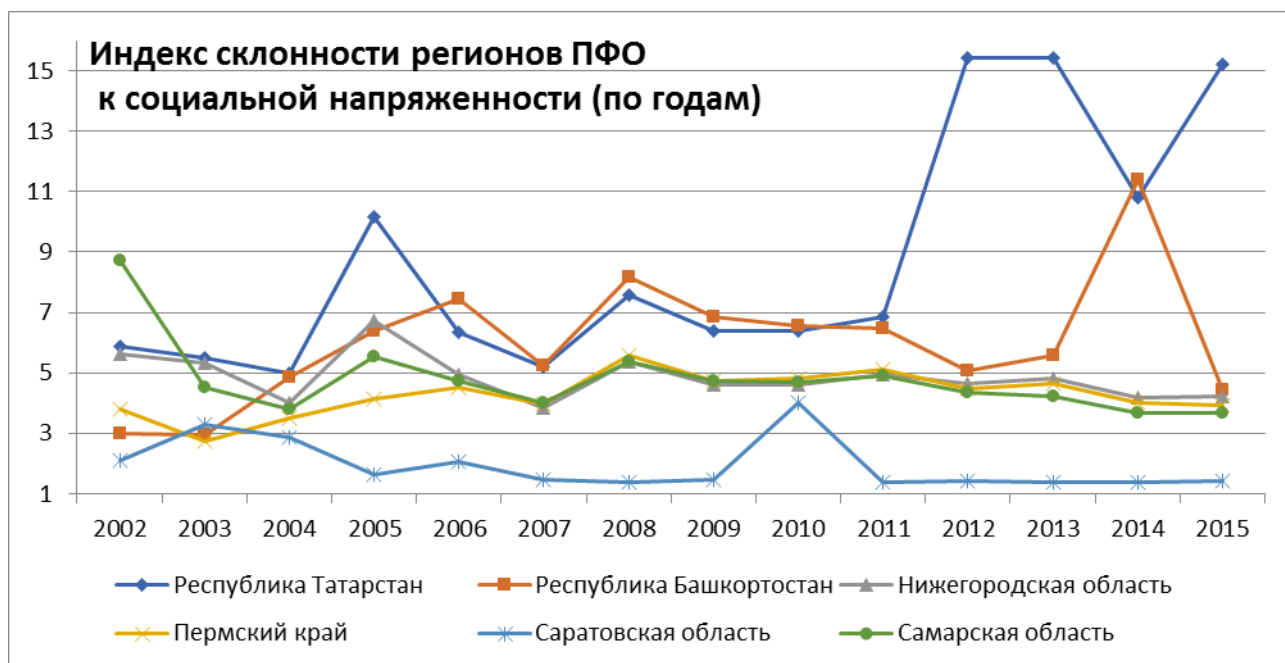


Рис 3. Индекс склонности к социальной напряженности регионов ПФО

Основной вывод, полученный в ходе исследования – частичная обратная линейная зависимость предрасположенности региона к социальной напряженности от качества жизни и экономических перспектив региона есть. Гипотеза исследования частично подтверждена. Тенденция зафиксирована: чем выше индекс STM - тем ниже предрасположенность региона к социальной напряженности.

При моделировании сценариев видно, что усилия регионального руководства по повышению инвестиционной привлекательности территории рано или поздно влекут за собой повышение качества жизни. Так произошло в Татарстане в период реализации крупных инвестиционных проектов с иностранными партнерами с 2010 по 2013 год, что позволило снизить предрасположенность региона к социальной напряженности.

Работа по улучшению инвестиционного климата невозможна без консолидации региональных элит. Примером может стать Башкортостан, где смена руководителя региона и последующая борьба элит долгое время (2008-2012 год на рис.1) не давала возможности расценивать регион как устойчивый в экономическом плане.

В свою очередь, при моделировании легко спрогнозировать, что в депрессивных территориях с низким уровнем жизни попытка увеличить инвестиционную привлекательность повлечет повышение уровня индекса STM и снижение риска серьезных социальных волнений.

Построенный график (рис. 1) наглядно позволяет проследить и более общие закономерности. Так, например, несмотря на посткризисный подъем общих экономических показателей во всей экономике страны в период 2011-2013 гг. качество жизни в регионах не росло, что отражается общей тенденцией к снижению индекса STM.

Полученные выводы совпадают и с исследованиями других авторов. Например, исследованием Кинсбургского А.В.¹, в котором он оценивает уровень социальной напряженности методом экспертной оценки.

В таблице приведен сравнительный анализ результатов нашего и исследования Кинсбургского А.В.

Табл. 4 Сравнение результатов исследований

Регион	2002	2004	2006	2008
Нижегородская область (оценка)	4,76	5,16	3,87	3,68
Нижегородская область (обратный (10-STM))	4.38	5.97	5.07	4.62
Республика Татарстан (оценка)	2,52	2,92	3,40	3,15
Республика Татарстан (обратный (10-STM))	4,11	5,02	3,64	2,42
Самарская область (оценка)	3,44	3,96	3,74	3,38
Самарская область (обратный (10-STM))	1,27	6,19	5,26	4,63

Как видно из таблицы 4 тренды изменений уровня напряженности в разных исследованиях совпадают.

¹ Кинсбургский А.В., Топалов М.Н. Социальная напряженность и региональные конфликты / Региональная социология: проблемы консолидации социального пространства России. М.: Институт социологии РАН, 2015. с. 289-328

Однако, несмотря на это, нельзя говорить о наличии полностью линейной зависимости качества жизни региона и его инвестиционного потенциала. Причин этого несколько.

Во-первых, население любого региона крайне неоднородно.

Во-вторых, реализуемые инвестиционные проекты очень разнообразны по объемам социального эффекта (воздействия) на территорию.

В-третьих, территориальные особенности региона (плохая инфраструктура, большие расстояния) не позволяют населению одинаково идентифицировать себя с остальными жителями территории.

В-четвертых, на формирование социальной напряженности оказывают ключевое влияние «носители напряженности»¹, которыми являются лишь порядка 25% населения (безработные, студенты, пенсионеры).

Таким образом, логично наряду с предлагаемым нами инструментом (индекс предрасположенности региона к социальной напряженности) использовать и инструменты диагностики, направленные на измерение уровня социального самочувствия. Это предмет для дальнейших исследований.

¹ Плюснин Ю.М. Скрытая социальная напряженность в российском обществе // Полития: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). 2013. № 2 (69). С. 6-38.

2.2 Социальные инвестиции как инструмент снижения социальной напряженности

Благотворительность влияет на качество жизни региона, являясь, по сути, инструментом перераспределения ресурсов и снижения диспропорции «самые богатые – самые бедные» в рамках дифференциации населения по доходам. Используя имеющиеся каналы (прямая благотворительная помощь, создание фондов, социальное инвестирование), бизнес снижает склонность к социальной напряженности.

Социальные инвестиции бизнеса – это любые виды ресурсов, а также финансовые средства компаний, направляемые по решению руководства на реализацию социальных программ, разработанных с учетом интересов заинтересованных сторон и нацеленных на долгосрочный эффект для самой компании¹.

Исходя из того, что элементами системы социальной напряженности полагаются субъекты социальных отношений и объекты, которые опосредуют отношения субъектов, можно выделить формы напряженности между субъектами, фиксированные как через их внутреннее нормативное содержание, регулирующее их внешнюю активность, так и через опосредование субъект-субъектных взаимодействий объектами – социальными вещами. Это позволяет определить формы напряженности, детерминированные внутренними состояниями субъектов и внешним их отношением к опосредующим объектам².

Социальное развитие общества сопровождается латентными состояниями индивидуальной и групповой напряженности, что способствует формированию базиса для дальнейшего развития конфликтных ситуаций. Зачастую, причиной напряженности между индивидами становится существенное различие в ценностных ориентациях. Однако, сосуществование различных по своей сути и

¹ Якимец В.Н Социальные инвестиции российского бизнеса: механизмы, примеры, проблемы, перспективы: Т. 18. М.: КомКнига, 2005. 184 с.

² Ларченко С.Г. Социальная напряженность в общественном развитии // Гуманит. науки в Сибири. - Новосибирск. -1998. - № 7. - С. 67.

характеру ценностей не является гарантированным фактором нарастания социальной напряженности. Иными словами, ценностный конфликт между индивидами происходит только тогда, когда одному из участников ситуации приходится переходить к отстаиванию значимости и содержания собственных ценностей, а также сравнивать свои ценностные установки с иными на базе механизма «свой-чужой».

Социальная напряженность, отражая в себе структуру взаимодействия социальных субъектов, включает напряженности, возникающие в отношении к средствам деятельности. Понятие “средства” принимается как включающее в себя не только элементы социально-вещественной структуры, которые могут быть восприняты как средства (например, рабочие места на рынке рабочей силы), но и элементы естественной среды. При этом, поскольку мир ценностей дифференцируется на основании различий положения действующих субъектов в пространстве и времени культуры, даже формально идентичные цели приобретают различное ценностное значение и выстраиваются в соответствующую иерархию. Цели и ценности как бы взаимно маркируют друг друга, устанавливая устойчивые содержательные и структурно-функциональные связи¹.

Зачастую снятие напряженности между индивидами, вступившими в противоречие и формирующими нарастание социальной напряженности, может быть снято за счет структурных изменений условий в которых они находятся. В частности, смены ролей или внесения изменений в правила и регламенты взаимодействия. Если в дальнейшем после внесения соответствующих изменений или перестройки вся структура улучшает свои характеристики и эффективность своей деятельности, то приведшая к этому социальная напряженность может быть охарактеризована как конструктивная.

¹ Ларченко С.Г. Социальная напряженность в общественном развитии // Гуманит. науки в Сибири. - Новосибирск. -1998. - № 7. - С. 67.

В случае, если структурные изменения привели к ухудшению функционирования социальной системы, то возникшая социальная напряженность носит деструктивный характер.

Социальная напряженность предстает как специфический духовный феномен, превращающий массовые общности в субъекты социального действия. Снижение или рост социальной напряженности могут быть результатом спонтанного или ситуативного изменения обстоятельств, а также сознательного нагнетания общественных страстей. Социальная напряженность может существовать здесь и в латентной (скрытой) форме, проявляясь в личностном морально-психологическом переживании разрозненными индивидами политического, экономического, экологического и иного дискомфорта. По мере рационального осознания источников, размеров и причин грозящей индивиду опасности и понимания того, что индивидуальные интересы могут быть защищены только коллективно, начинают формироваться социальные общности, объединенные на единстве рациональных и эмоциональных оснований. Решающую роль в подобном осознании играют средства массовой информации, лидеры и политические организации, ставящие своей целью продуцирование подобных настроений и их использование в собственных целях¹.

Работа с изменением уровня социальной напряженности напрямую соотносится с возможностью изменений в социальной организации. В некоторых организациях и системах работать с социальной напряженностью, в том числе прогнозировать ее, возможно только при определенных качествах рассматриваемых систем.

Основной задачей социальной политики в будущем может стать регулирование социальной напряженности в целях благоприятного устойчивого эволюционирования социальной системы.

Для географии социального пространства наиболее важны следующие концептуальные положения экономической теории благосостояния:

¹ Бузовский И. Социальная напряженность и тревожность в контексте диагностики общественных конфликтов // Социология: теория, методы, маркетинг. №3. 2008. С.169-176.

- структурирование благ, в том числе выделение экономических и неэкономических, материальных и нематериальных благ;
- изменения роли отдельных благ по мере развития общества, возрастание вклада в индивидуальное благосостояние нематериальных и неэкономических, в том числе социальных благ;
- расширение трактовки индивидуального благосостояния как удовлетворения.

Помимо исторического обзора концепций благосостояния, представляется необходимым более детально рассмотреть подходы экономической науки к поиску общественного оптимума – равновесия между рыночной эффективностью и социальной справедливостью, что может способствовать разработке этих представлений при анализе социального развития в пространственном аспекте и оценке регионального неравенства.

В условиях конкурентного рынка цена фактора производства (труда, капитала) соответствует его предельной производительности, поэтому при отсутствии государственного вмешательства система рыночного ценообразования обеспечивает исключительно конкурентное распределение дохода, ориентированное на рыночную эффективность. Справедливость такого подхода, не учитывающего неравные возможности людей, была подвергнута сомнению представителями неокейнсианского и институционального направлений.

Социальная справедливость, являясь нравственной, основывается на критериях этики и устоявших в конкретном сообществе традиционном ее восприятии. Под социально справедливым распределением обычно понимают соответствие сложившейся в обществе системы распределительных отношений интересам, потребностям, этическим нормам и правилам.

Сопоставление разных критериев справедливости с критерием эффективности дает разные общественные оптимумы – от эгалитарного до максимизации благосостояния богатых. Существует взаимосвязь между

степенью дифференциации благосостояния членов общества и общественным благосостоянием: чем меньше степень неравенства в обществе, тем выше общественное благосостояние, что служит обоснованием необходимого вмешательства государства в перераспределение доходов.

В зависимости от модели развития (неолиберальной или социально-рыночной), достигнутого уровня экономического развития, состояния демократических институтов гражданского общества, принятых в нем этических норм и правил, степени социальной напряженности в обществе и других факторов, государство способствует развитию поселений и экономическому росту в целом; выравнивание через перераспределение повышает общее благосостояние и сокращает этически неприемлемые территориальные диспропорции, но замедляет экономический рост. Но для социального развития этот вывод менее однозначен, поскольку социальные аспекты имеют самостоятельную ценность, хотя и зависят от экономического роста

В формирующейся в последнее десятилетие экономической теории переходного периода рассматриваются социальные издержки и социальные выгоды реформ. Под социальными выгодами перехода общества из одного состояния в другое понимается рост общественного благосостояния, происходящий в виде улучшения положения всех индивидов или отдельных групп при отсутствии снижения благосостояния других.

Социальные проблемы переходного периода стали темой многих исследований и острых научных дискуссий. Представления о динамике благосостояния за десятилетие реформ кардинально различаются. Представители неоклассического направления (монетаристы, неолибералы) прибегают к альтернативной оценке благосостояния. Они считают, что:

- существуют значительные группы людей, более образованных и предприимчивых, которые смогли воспользоваться преимуществами рыночной системы;
- все потребители также повысили свое благосостояние, поскольку устранение дефицита товаров и услуг привело к расширению

потребительского выбора и повышению уровня удовлетворения потребностей;

- возросла свобода выбора в области образования, что позволяет людям принимать самостоятельные решения при выборе учебных заведений и профессии в соответствии с конъюнктурой рынка труда;
- расширился спектр услуг государственной и частной медицины, улучшилось качество обслуживания за счет конкуренции;
- реальные доходы сократились не так значительно, официальные оценки занижены из-за серьезных пробелов в статистике уровня жизни;
- рост бедности нельзя возлагать только на рыночные реформы, проблема бедности существовала и в плановой экономике.

Оппоненты либеральных взглядов считают, что для переходного периода характерно неопределенное состояние, когда одни группы населения улучшили свое благосостояние за счет других, о чем свидетельствует рост показателей неравенства в распределении доходов. В условиях несовершенной конкуренции вместо социальных преимуществ рыночной экономики проявились отрицательные социальные эффекты: рост эксплуатации, распределение доходов в пользу прибыли, а не заработной платы, дифференциация доходов независимо от инвестиций в производство.

Исследования экономистов показывают, что результаты реформ варьируются для разных групп населения. В основу зависимости принято брать социальную и экономическую дифференциацию конкретного регионального сообщества. Следовательно, изучение социального неравенства, особенно проблемных территорий в переходные периоды становится важным направлением не только в экономике, но и в социологии.

Подробная детализация понятия уровня жизни и применение междисциплинарного подхода к его изучению способствуют выявлению взаимосвязей между субъектами конкретного регионального социума.

Условия жизни определяются в подходах экономистов как детерминанты уровня жизни и наряду с показателями потребления являются основой для определения уровня жизни при проведении исследований, т. е. фактически включаются в его состав. Сложность разделения условий и уровня жизни можно показать на примере жилищных условий: уровень обеспеченности и благоустроенности жилья является одновременно и условием жизни, и элементом потребления. Изменения образа жизни являются одним из важнейших индикаторов социального развития, понимаемого как развитие человека, поскольку в процессе этого развития меняются цели, активность и интересы людей – весь основной круг индикаторов, представляющих образ жизни. Связь этой категории с уровнем жизни велика, так как в основе образа жизни лежат потребности, которые определяют весь набор интересов субъекта жизнедеятельности¹.

Проблема измерения уровня и качества жизни связана со сложностями в формализации их ключевых индикаторов. Особо стоит вопрос о целесообразности, возможности и корректности использования наряду с социологическим инструментарием статистических данных. В связи с этим стоит отметить значение региональной выборки при социологических обследованиях на указанную тему.

Полученные нами данные указывают на рост предрасположенности к социальной напряженности в 2008 году. Причина в том, что каждый регион, по мнению экспертов, стал лучше и прибавил в рейтинговых позициях, но реальное качество жизни увеличилось не так сильно, как по сравнению с 2006 годом. В результате – рост предрасположенности к социальной напряженности.

Данная формула имеет прямую связь с социальной ответственностью бизнеса. В рамках исследования (см. § 2.1) нами было выявлено, что чем выше уровень развития бизнес-структур (с точки зрения международных стандартов и оценок), тем больше в регионе социальных инвестиций. Социальные инвестиции

¹ Калинина Г.В. «Качество жизни» как феномен социального развития // Вестник ЧГУ. 2006. №7. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kachestvo-zhizni-kak-fenomen-sotsialnogo-razvitiya> (дата обращения: 22.03.2015).

оказывают прямое влияние на социальную стабильность в регионе, снижая склонность региона к проявлениям социальной напряженности.

Рассмотренные выше данные исследования позволяют говорить о яркой тенденции: регионы «проели» то, что было создано и унаследовано от плановой экономики. Создать новое и успешное не удалось, поэтому экономический рост стал замедляться, как, например, в Саратовской области. Однако, несмотря на это, а также рост недовольства жителей области в отношении региональной власти, предрасположенность региона к социальной напряженности на протяжении 2006-2008 гг. продолжает падать.

Центр исследований политической культуры России на основании мониторинга, проведенного в течение семи месяцев 2005 года, выявил «горячую двадцатку» самых протестно активных регионов. В основе сводки – мониторинг сообщений СМИ. Все регионы расположены в рейтинге по уровню протестной активности и почти полностью совпадают с полученными нами данными на 2005 год: на 4 месте оказалась Нижегородская область, на 5-ом – Башкортостан, Самара – на 8-ом месте. Саратов (12-ое) и Пермь (24-ое) поменяли позиции. Исключение составил Татарстан – в рейтинге он оказался на 16-ом месте, тогда как в рамках нашей методики он был лидером и сильно выделялся на фоне других регионов ПФО¹.

Причина, по-нашему мнению, в следующем. 2005 год – год начала реформ в социальной сфере, переход к «монетизации» услуг. Реформы затрагивали значительные слои населения (пенсионеров, малоимущих, многодетных и др.), что объясняет рост склонности к социальной напряженности почти во всех исследуемых нами регионах (за исключением Саратовской области). В Татарстане правительство приняло решение о полной, а не частичной и поэтапной «монетизации» услуг, что вызвало бурную реакцию жителей республики, но позволило уже в ближайшие годы (2008-2010) избежать целого ряда проблем, с которыми столкнулись другие регионы, связанных с оплатой

¹ Мониторинг протестной активности регионов по материалам СМИ. <http://izumzum.ru/health/centr-issledovaniy-politicheskoy-kuleturni-rossii/main.html>

услуг транспортным организациям, поставщикам энергоресурсов и жилищно-коммунальному сектору.

Поэтому противоположные позиции нашего исследования и рейтинга Центра исследований политической культуры России иллюстрируют ситуацию, когда использование одного источника для получения данных по уровню социальной напряженности может исказить реальную картину происходящего. Предположительно, СМИ в Татарстане отслеживали информационное пространство и ограничивали публикацию сообщений в рамках данной проблемы. Кроме этого, большую роль в формировании социальной напряженности в Татарстане и Башкортостане сыграли проходящие осенью 2005 года выборы в местные парламенты.

Эффективная социальная политика бизнеса в условиях усиления значения человеческого капитала как основного фактора конкурентоспособности экономики, создает основу для развития инноваций и роста инвестиционной привлекательности и компаний, и региона в целом. Актуальность проведенного исследования обусловлена тем, что в условиях недостаточной социальной активности российского бизнеса необходимо создание методологических основ системного управления социальными инвестициями бизнеса. Несмотря на большое внимание к проблемам социальной ответственности, недостаточно изучено воздействие социальных инвестиций на формирование интеллектуального капитала и стоимость компании¹.

Социальная ответственность – одно из актуальных направлений в управлении компанией в настоящее время, а социальные инвестиции – один из основных показателей социальной ответственности бизнеса. В России социальная политика для крупных компаний является необходимостью и относится к факторам, непосредственно влияющим на экономическую эффективность корпораций. Корпорации поставлены перед необходимостью уделять внимание социальной политике, так как в первую очередь от качества

¹ Аникина И.Д. Социальные инвестиции бизнеса как фактор конкурентоспособности компаний // Финансы и кредит. 2010. N 13. С. 42-46.

интеллектуального капитала зависит их собственная эффективность. Проводя ответственную корпоративную социальную политику, компания обеспечивает устойчивость своего бизнеса и может надеяться на помощь государства и лояльность работников в кризисных ситуациях. Социологические исследования подтверждают важность для россиян принципов социально-ответственного ведения бизнеса: социальная ответственность бизнеса предполагает для населения не только своевременную и полную уплату налогов (так считают 25 % опрошенных), но и активное участие бизнеса в решении социальных проблем (61%)¹.

Социальные инвестиции как форма реализации корпоративной социальной ответственности – это инвестиции, направленные на развитие творческого и трудового потенциала людей на основе повышения качества жизни населения посредством формирования и развития социальной и экологической инфраструктуры, институтов гражданского общества с целью повышения устойчивости бизнеса и уменьшения его рисков. Целью социального инвестирования бизнеса является повышение инвестиционной привлекательности компании и региона путем увеличения человеческого капитала и минимизации социальных рисков. Главный критерий эффективности социальных инвестиций бизнеса – рост его инвестиционной стоимости в долгосрочном периоде. Но реализация социальных проектов бизнеса воздействует не только на эффективность предприятия, но и на экономическое и социальное развитие общества в целом, приводя к изменению структуры общественного производства на микро-, мезо- и макроуровнях, способствуя росту инновационного потенциала компании и экономики страны в целом, повышению инвестиционной привлекательности компании, региона, страны².

¹ Аникина И.Д. Проблемы и перспективы развития российской модели корпоративной социальной ответственности // Транспортное дело России. 2012. N 5. С. 96-98.

² Цей С.А. Социальные инвестиции как форма проявления корпоративной ответственности бизнеса // Новые технологии. 2010. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-investitsii-kak-forma-proyavleniya-korporativnoy-otvetstvennosti-biznesa> (дата обращения: 22.03.2015).

Социальные инвестиции служат для увеличения капитализации бизнес-структуры, формируя благоприятную среду и снижая риски для предпринимательской деятельности. Уменьшение рисков происходит благодаря улучшению инвестиционного климата на территории, повышению качества жизни, развития социальной инфраструктуры и воздействия на уровень социальной напряженности.

Занимаясь социальными инвестициями, предприниматели повышают предсказуемость ситуации, стабилизируют рентабельность своего дела, формируют качественный человеческий капитал, увеличивают лояльность партнеров и клиентов.

При первичной кажущейся низкой эффективности социальных инвестиций большинство из них направлено на формирование долгосрочного положительного социального имиджа компании, на формирование конкурентных преимуществ и закрепление на рынке.

Рост социально ответственных инвестиций позволяет предположить связь между отношением фирмы к социальной ответственности и ее финансовыми результатами на рынке. Сторонники корпоративной социальной ответственности также утверждают, что социальная ответственность способна увеличить прибыли в долгосрочном периоде¹.

Работа Довела, Харта и Юнга является одной из самых ранних в области исследования связи между SRI и эффективностью деятельности компании. Авторы обнаружили положительную корреляцию между Q Тобина и экологической деятельностью компаний. В выборку вошли производственные компании США из индекса S&P 500, ведущие свою деятельность в США и странах со средними доходами. Фирмы были разделены на три категории. В первую попали компании, которые работают по экологическим стандартам США по всему миру. Во вторую – работающие по единым, более высоким, чем в США, стандартам. В третью категорию вошли фирмы, которые применяют

¹ Нагорнов А.В., Солнцева М.С. Исследования социальной ответственности компании // Корпоративные финансы. 2007. №2 (2). С. 112-132.

более низкие стандарты там, где это возможно. Ясно, что уровень применяемых экологических стандартов выше у 2-й группы, чем у 1-й, и у 1-й группы – чем у 3-й. В своем исследовании Довел, Харт и Юнг обнаруживают корреляцию номера группы с Q Тобиана. Несмотря на множество слабых мест и ограничений в указанной работе, она задала тон дальнейшим исследованиям¹.

Сегодня существует целый ряд индексов, в которые включены бумаги социально ответственных компаний. Компания KLD составляет индекс «DS 400 Index», который не включает компании, получающие доходы от производства или продажи алкогольных, табачных изделий, от предоставления игровых продуктов и сервисов и получающие более 2% выручки от систем вооружения. KLD также оценивает компании по их достижениям в области экологии, диверсификации и отношений с работниками. KLD старается исключать только те компании, чья деятельность в целом является негативной².

Можно отметить также индекс The Dow Jones Sustainability Index (DJSI), основанный на исследованиях SAM Group: он не исключает автоматически табачные и алкогольные компании. Вместо этого используется метод «лучшего в своем классе» для включения лучших компаний, работающих в каждой отрасли индустрии. DJSI включает лидеров по корпоративной устойчивости. К сожалению, сравнивать динамику этих индексов с такими распространенными индексами, как S&P 500, напрямую не имеет смысла, так как существует множество моментов, не позволяющих делать конкретные выводы³.

Важно понимать, что непрофессиональное управление социальными инвестициями могут оказывать негативное воздействие на рентабельность компании, ее оценку местным сообществом и последующее формирование отрицательного отношения у партнеров и местной администрации. Нет ничего положительного, когда бизнес тратит до 30,6% из чистой прибыли на социальные программы (по данным «Доклада о социальных инвестициях в

¹ Dowell, Hart, S. and Yeung, B. Do corporate global environmental standards create or destroy market value? // Management Science, 2000, 46, 8, 1059— 1074.

² Нагорнов А.В., Солнцева М.С. Исследования социальной ответственности компании // Корпоративные финансы. 2007. №2 (2). С. 112-132.

³ The Dow Jones Sustainability Index. <http://www.sustainability-indices.com/>

России – 2004»¹). Данные средства изымаются из оборота самого бизнеса. Соответственно, бизнес не может вовремя модернизировать производство, заниматься инновациями и выпускать новые конкурентоспособные продукты, отвечающие текущим требованиям и нормам.

Бизнес занимается, например, поддержанием городов, в которых располагаются его производственные мощности, но не успевает вовремя модернизировать само производство. И если не вводить новые экономически обоснованные и взаимовыгодные механизмы взаимодействия, которые позволят решать текущие вопросы региона и развития бизнеса одновременно, а не просто направлять значительные суммы денег от каждого предприятия на решение социальных проблем, то наступит момент, когда наш бизнес и его продукция станут неконкурентоспособными на рынке, и, как следствие, можно потерять и сам источник социального благополучия для региона².

Многие российские компании, как показывает эмпирический анализ, осознали необходимость проведения системной социальной политики. Это стимулирует их руководителей к созданию управленческих структур, отвечающих за реализацию социальной политики, внедрению на своих предприятиях новых социальных технологий, а также выстраиванию партнерских отношений с государственными структурами разного уровня на поле социальной политики³.

В конце 2008 г. были подготовлены три аналитических доклада, посвященных корпоративной социальной деятельности российских компаний. Они были подготовлены Российским союзом промышленников и

¹ Доклад о социальных инвестициях в России / под общ. ред С.Е. Литовченко. М.: Ассоциация менеджеров, 2004. 80 с.

² Благов Ю.Е., Иванова Е.А. Корпоративная социальная ответственность в России: уроки национального доклада о социальных инвестициях // Российский урнал менеджмента. Т.7. №1, 2009. С. 3-24.

³ Бизнес как субъект социальной политики: должник, благодетель, партнер? / А.Е. Чирикова, Н.Ю. Лапина, Л.С. Шилова, С.В. Шишкин (отв. ред.); Независимый институт социальной политики. М.: ГУ–ВШЭ, 2005. 232 с.

предпринимателей¹, агентством The Economist Intelligence Unit² и российской Ассоциацией менеджеров³.

Материалы докладов свидетельствуют, что в целом развитие социальной ответственности в российском бизнесе соответствует общемировым тенденциям. Путь, который некоторые страны прошли в 70-е – 80-е гг. XX века российский бизнес стал осваивать на 20-30 лет позже.

По данным докладов, ряду компаний удалось достичь серьезных результатов в разнообразии реализуемых проектов в рамках социальной политики. Однако, по-прежнему не все мероприятия и программы наделены четкой логикой событий и осмысленным целеполаганием. Поэтому крайне актуален вопрос стратегического осмысления включенных в практику компаний мероприятий.

Табл. 2 Значения количественного индекса социальных инвестиций в 2003 и 2007 гг. в РФ

Разновидность индекса	2003 г.	2007 г.
Величина социальных инвестиций на одного работника (IL), руб.	42 807	54 335
Отношение социальных инвестиций к валовым продажам (IS), %	1,96	3,76
Отношение социальных инвестиций к балансовой прибыли (IP), %	11,25	6,25

Величина социальных показателей приведена в ценах 2007 г. [5]

Из общей картины выпадает лишь отрицательная динамика удельного веса социальных инвестиций в балансовой прибыли (IP). За 4 года значение этого показателя сократилось почти в 2 раза, составив в среднем по выборке 6,25%. Это, впрочем, может объясняться тем, что успешные российские компании стали

¹ Развитие социально ответственной практики: аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов, 2006–2007 годы выпуска. Аналитический обзор / А. Аленичева, Е. Феоктистова, Ф. Прокопов, Т. Гринберг, О. Минькина. Под общей редакцией А. Шохина — РСПП, Москва, 2008 г. — 128 с.

² Из России с любовью: Национальный вклад в глобальный контекст КСО. [Электронный ресурс] // The Economist Intelligence Unit. 2008. URL: http://www.pwc.com/ru_RU/ru/press-releases/pdf/fromrussiawithlove_rus.pdf. (дата обращения: 21.01.2010).

³ Доклад о социальных инвестициях в России / под общ. ред. С.Е. Литовченко. М.: Ассоциация менеджеров, 2008. 90 с

тщательнее подходить к выбору объектов социальных инвестиций, а также отслеживать эффективность этой деятельности¹.

Приведенных в докладах данных явно недостаточно, поэтому, по нашему мнению, анализ в динамике существенно затруднен. Все изложенное корректнее отнести к тенденциям в развитии социальных инвестиций в нашей стране. Но нельзя не отметить, что начинает осваивать социальное направление деятельности средний динамично развивающийся российский бизнес. В благотворительные акции все последовательнее втягивается малый бизнес, особенно в муниципальных образованиях, где он нередко определяет экономический потенциал административного региона.

Таким образом, ключевым фактором, влияющим на формирование социальной напряженности, является категория социальной справедливости. В условиях конкурентного рынка справедливость распределения доходов, ориентированного на рыночную эффективность, подвергается современным обществом серьезному сомнению.

Выявлено, что чем выше уровень развития бизнес-структур, тем благоприятнее в регионе ситуация с социальной напряженностью. С учетом невысокой эффективности и ограниченной бюджетной базы при реализации социальной политики региональными органами управления, эффективная социальная политика бизнеса, в условиях усиления значения человеческого капитала как основного фактора конкурентоспособности экономики, создает основу для развития инноваций и роста инвестиционной привлекательности и компаний, и региона в целом.

Вместе с тем, участие российского бизнеса в социальной политике остается весьма неравномерным. Это вызвано, по меньшей мере, двумя обстоятельствами. Во-первых, в бизнес-среде отсутствуют единые ориентиры. Каждая компания самостоятельно, исходя из собственных интересов, определяет параметры своей социальной деятельности. Во-вторых, социальная ответственность по своей

¹ Благов Ю.Е., Иванова Е.А. Корпоративная социальная ответственность в России: уроки национального доклада о социальных инвестициях // Российский урнал менеджмента. Т.7. №1, 2009. С. 3-24.

форме и содержанию во многом зависит от того, кем и как эти требования сформулированы, и является ответом российского бизнеса на публичные или латентные требования местных органов власти.

2.3 Социальная ответственность бизнеса: опыт регионов ПФО

Как сформулировано нами ранее, рядом с государством на поле социальной политики постепенно формируется новый социальный субъект – бизнес. Во многих случаях социальные проекты российского крупного бизнеса связаны с его масштабами, и, нередко, с его историческим наследием в виде градообразующего статуса или высокой доли в экономике региона. В некоторых случаях для региональных и местных властей просто нет альтернативы – к кому обратиться за помощью при реализации социальных проектов.

В этой связи необходимо понять, какие именно проекты государство и бизнес реализуют совместно, каковы мотивы участия бизнеса в этой деятельности, какие формы может принимать его взаимодействие с государством, как государство оценивает те социальные вложения, которые делаются бизнесом в регион.

Основные особенности социальных проблем в Российской Федерации обусловлены следующими факторами:

- многонациональная страна, в которой у каждого народа есть свои исторически и культурно обусловленные традиции социальной помощи;
- концентрация капитала в нескольких крупных центрах;
- наличие большого количества городов, где вся инфраструктура и население привязаны к одному предприятию;
- плохое состояние социальной инфраструктуры.
- высокие социальные ожидания при низкой социальной активности населения;
- традиции трудовых взаимоотношений;
- особенности, связанные с социальной и политической ситуацией в стране
- высокий уровень бедности в регионах;
- большое количество социальных проблем региона, требующих скорейшего решения.

За все время становления рыночной экономики в нашей стране сформировался широкий спектр проектов, которые компании реализуют совместно с местным сообществом. Среди наиболее часто встречаемых в рассматриваемых нами регионах ПФО можно выделить следующие типы проектов и программ:

- создание и поддержка объектов социальной инфраструктуры (образовательные, медицинские и спортивные учреждения);
- помощь конкретным социальным группам населения, оказавшимся в трудной жизненной ситуации;
- инвестиции в развитие человеческого капитала, особенно поддержка молодежи;
- программы профилактики употребления психоактивных веществ и создание альтернативы для групп риска;
- разовая спонсорская помощь локальным праздничным и спортивным мероприятиям;
- отдельные практики по развитию местного сообщества и вовлечение граждан в активное участие местных социальных проблем.

Реализация конкретных программ и проектов, направленных на развитие социальной инфраструктуры может являться результатом настоятельных просьб со стороны государственных структур и местного сообщества, а может выступать средством реализации собственных установок и устремлений и эффективным инструментом контроля над социальной напряженностью¹.

Как показывают многочисленные исследования, необходимость помогать социально незащищенным слоям населения разделяется практически всеми представителями бизнес-структур. Основным ограничением выступает устойчивое финансовое положение компании в конкретный момент. Очень популярным в регионах является создание отдельных специальных фондов при

¹ Бизнес как субъект социальной политики: должник, благодетель, партнер? / А.Е. Чирикова, Н.Ю. Лапина, Л.С. Шилова, С.В. Шишкин (отв. ред.); Независимый институт социальной политики. М.: ГУ–ВШЭ, 2005. 232 с.

участии бизнеса для реализации молодежных проектов. Отдельно внимания заслуживают инициативы по профилактике употребления психоактивных веществ, а также содействие адаптации лицам, вернувшимся из мест лишения свободы. Зачастую бизнес, поддерживая данные направления социальной политики, руководствуется четким пониманием о последствиях и угрозах наркомании или рецидива для местного сообщества.

Поддержка местных праздничных мероприятий сегодня воспринимается жителями регионов как устоявшаяся практика. Городские власти, привлекая предпринимателей к участию и организации подобных мероприятий, не только повышают уровень и качество мероприятий, но и формируют основу для сетевого взаимодействия с представителями местного бизнеса.

При анализе конкретных социально-ответственных практик четко прослеживается тенденция по переходу от разовой благотворительной помощи к использованию иных технологий, способных принести как компании, так и местному сообществу больший социальный эффект в долгосрочной перспективе. Опираясь на собственный опыт бизнес видит, что необходимо развивать гражданскую активность, поддерживать местные инициативы, не допустить изживенческих настроений в ожидании очередного вливания ресурсов.

Благодаря таким программам бизнес получает возможность перейти от модели ситуативного реагирования к долгосрочному проектированию своих социальных преобразований, к «включенному» участию в жизни региона. Переход к подобному типу программ позволяет упорядочить отношения бизнеса и государственных органов, отучает государство строить свои ожидания от бизнеса в привычной схеме «пожарной команды», которая способна прийти на помощь в любой ситуации¹.

Развитие социально ответственных практик приводит к тому, что в ряде случаев роль конкретных бизнес-структур может доходить до значительного, подавляющего вклада в местную социальную политику. Данная ситуация, в

¹ Бизнес как субъект социальной политики: должник, благодетель, партнер? / А.Е. Чирикова, Н.Ю. Лапина, Л.С. Шилова, С.В. Шишкин (отв. ред.); Независимый институт социальной политики. М.: ГУ–ВШЭ, 2005. 232 с.

момент осознания со стороны местных властей, может привести к конфликтам, т.к. государство не хочет терять контроль за ситуацией.

Практика появления в крупных компаниях долгосрочных программ работы с регионами указывает на то, что российский бизнес вполне способен сегодня на реализацию масштабной и эффективной социальной политики. Речь идет:

- об умении бизнеса переносить инновационные проекты и программы в другие регионы;
- о способности бизнеса искать международных партнеров и дополнительные источники финансирования для социальных проектов и программ;
- о необходимом опыте применения технологий социального проектирования, который накопился в процессе реализации внутренних социальных проектов, реализуемых компанией с использованием процедуры защиты;
- об умении бизнеса продуцировать креативные проекты¹.

Ключевой особенностью является наибольшее распространение и развитие социально-ответственных практик в центральных регионах страны (Москва, Санкт-Петербург). Определяющим в этой ситуации является не только уровень развития самих бизнес структур в этих регионах, их стремление строить бизнес с учетом международных стандартов и опыта, но и высокая концентрация профессиональных НКО, которые в значительной степени стимулируют развитие социальной ответственности бизнеса.

В других регионах ситуация с социальной ответственностью бизнеса сильно отличается от столичной. Среди всех территорий особо можно выделить «моно территории» — регионы, где значительная доля экономики зависит от одного предприятия (группы компаний). В этих условиях бизнес включен в

¹ Бизнес как субъект социальной политики: должник, благодетель, партнер? / А.Е. Чирикова, Н.Ю. Лапина, Л.С. Шилова, С.В. Шишкин (отв. ред.); Независимый институт социальной политики. М.: ГУ–ВШЭ, 2005. 232 с.

решение социальных проблем по «советской» модели – серьезные инвестиции в социальную инфраструктуру, значительный объем обязательств. Другой интересный тип территорий – это регионы с высокой культурой ведения бизнеса (например, Калужская область), где в течении последних лет появлялись производственные площадки западных компаний, которые приносили с собой новую модель взаимоотношений с администрацией, местным сообществом а также новую модель социальных инвестиций.

В рамках нашего исследования мы остановились на Татарстане – регионе, где много лет работает «гибридная» модель социальной ответственности. Её суть заключается в том, что в самом начале 2000-х годов руководством республики было принято решение о координации всех социальных инвестиций со стороны крупного бизнеса. В результате, уже через пять лет была сформирована система, которая полностью определила для крупного бизнеса в регионе объем и направления социальных инвестиций.

С одной стороны, данный подход «отрезал» от ресурсов крупного бизнеса НКО, которые (по сравнению с другими регионами ПФО) не имели серьезного опыта и масштабных проектов. С другой стороны, это позволило решить столь значительные проблемы, как ветхое жилье (г. Казань), направить ресурсы предприятий, совместно с бюджетными, на поддержку проектов в сфере спорта, культуры, образования. В результате, в Татарстане действует отлаженный механизм взаимодействия региональной власти и крупного бизнеса. Каждая крупная компания в регионе на сегодняшний день имеет сформированный пакет социальных проектов.

В этой ситуации особый интерес представляет состояние социальной ответственности у среднего и малого бизнеса Татарстана. Исследование было проведено в январе-феврале 2016 года (приложение 2). Задачей исследования стал анализ отношения татарстанского бизнеса к социально-ответственным практикам и социальным инвестициям. Исследование было проведено методом формализованного телефонного интервью. В исследовании приняли участие

руководители бизнес-структур малого и среднего бизнеса Татарстана. Всего было опрошено 202 респондента.

Гипотезой исследования стал тезис о том, что малый и средний бизнес республики имеет значительный потенциал для развития социально-ответственных практик.

В выборку попало много молодых руководителей - значительная часть респондентов (38,1%) работают в этой должности от 2 до 5 лет. 62,4% опрошенных являются непосредственными руководителями или собственниками бизнеса. Индивидуальных предпринимателей в опросе было представлено менее 10%. Основными отраслями, в которых работают респонденты, стали стройка, связь и ИТ, сфера услуг.

Несмотря на негативную ситуацию в экономике, 44,2% опрошенных оценивают состояние компании как стабильное. Столь высокий процент позитивной оценки состояния бизнеса связан, по нашему мнению, с тем, что часть бизнесменов закрыли свое дело еще в начале кризиса (1-1,5 года назад) и на рынке остались наиболее устойчивые.

Если анализировать отношение предпринимателей к социально-ответственным практикам, то подавляющее большинство (85,6%) относятся положительно к тому, что бизнес периодически оказывают помощь конкретным социальным учреждениям (детским домам, приютам, школам, музеям, общественным организациям).

С тем, что бизнес-структуры должны помогать обществу согласны 40,1% опрошенных и лишь 20,8% считают, что деньги лучше тратить на своих сотрудников.

Исследование подтвердило тенденцию к увеличению информационного поля вокруг темы благотворительности и помощи нуждающимся. Её подтверждают большинство респондентов (51,5%) – они уверены, что в последнее время известных людей и компаний, занимающихся благотворительностью в республике, становится все больше.

Что касается практик самих компаний, то в 46% опрошенных компаний реализуются меры дополнительной поддержки сотрудников. Стоит обратить внимание, что почти у трети работодателей (28,2%) ничего подобного нет.

Велика доля тех, кто не реализует социально-ответственные проекты в настоящий момент (40,6%). При этом, из-за плохой финансовой ситуации всего 6,9% свернули помощь детским домам, приютам, школам, музеям, общественным организациям. Для большинства компаний (57,4%), принявших участие в опросе, эта практика помощи – периодическая (по мере появления повода). Особо стоит отметить 18,8% компаний, для которых это системная постоянная работа. Этот показатель связан с тем, что долгосрочный план развития бизнеса есть только у 20,8%.

Значительная часть всех опрошенных считает, что наибольший результат социально-ответственная деятельность бизнеса принесет в сфере помощи социально-незащищенным категориям (43,1%) и в сфере улучшения здоровья жителей (19,8%). Четверть опрошенных (24,3%) затруднились ответить на этот вопрос, что косвенно свидетельствует о незнании бизнесменов, как их социальная активность может изменить ситуацию в городе (районе). Более общий взгляд на участие бизнеса в решении социальных проблем территории показывает, что почти 30 процентов (28,7%) бизнесменов считают, что их участие на ситуацию никак не повлияет.

С учетом падения ключевых экономических показателей в регионе, закономерно, что компаний, впервые оказавших помощь за прошедший год, оказалось лишь 2,5%.

Тезис о том, что социально-ответственные практики для регионов - это новая волна подтверждает наличие всего 13% компаний-практиков с опытом работы более 10-ти лет.

Для формирования устойчивого социально-ответственного поведения бизнеса важно не только понимание руководителя, наличие стратегии развития компании, но и структуры, отвечающей за данный процесс внутри компании. В 48,5% компаний руководство поручает эту работу «случайно», что в очередной

раз подтверждает тезис о несистемности проводимой бизнесом работы. Столько же ссылаются на решение руководства компании. Результатом того, 35,6% не смогли ответить на этот вопрос является слабое осознание современными бизнес-структурами зачем они это делают.

Косвенным подтверждением слабого понимания значения социально-ответственных практик является форма оказания помощи. Для 68,3% компаний, уже оказывающих помощь – это денежные пожертвования. Таким образом, бизнес старается быть лишь источником ресурсов для учреждений или НКО, не погружаясь в решение проблем. Стоит отметить, что в условиях нестабильной экономической ситуации высока доля компаний (23,8%), оказывающих помощь в натуральном виде оборудованием или канцтоварами. Интересным фактом стало то, что корпоративное добровольчество существует как практика для 7,9% опрошенных.

По мнению малого и среднего бизнеса Татарстана, компании будут готовы расширить практику помощи нуждающимся, если сформируется четкое представление, что это действительно необходимо, будет обращение профессионального партнера (например, НКО) и наступит улучшение финансовой ситуации в компании.

Это свидетельствует о необходимости применения бизнесом тех инструментов, которые способны выстраивать системную социальную политику.

В качестве примера приведем ряд выделяющихся практик из опыта российских бизнес-структур, реализованных в разные периоды и в разных ситуациях в регионах.

В 1997 г. руководство компании «Procter & Gamble» приняло решение о значительном сокращении работников одного из своих предприятий в связи с его реконструкцией. Существующий в городе центр занятости не мог обеспечить в необходимом объеме переквалификацию и трудоустройство сотрудников предприятия. Осложняло ситуацию то, что работники комбината традиционно относились к «элитной» части городского работающего населения, зачастую

имели завышенную самооценку и завышенные требования к компании, которую считали ответственной за свое благополучие. Отношение к иностранной фирме, «скупившей» родное предприятие, не было позитивным. В этих условиях компания приняла решение о создании фонда труда по австрийской модели. В качестве исполнителя был выбран подрядчик, а для лучшей адаптации методики к российским условиям приглашены московские психологи¹.

Специально созданный фонд позволял сотрудникам сделать выбор между государственными программами поддержки безработных или корпоративными. Компания, в том числе, предлагала помощь по поиску нового мест работы. С целью осознанных действий для сотрудников участие в корпоративной программе было платным. Кроме этого, проект был ограничен сроком на 2 года, что указывало на конкретные цели, которых хочет достичь компания.

Компания ОАО «НОВАТЭК» признает свою ответственность перед северными народами и регионами. Политика компании направлена на то, чтобы сократить до минимума воздействие на среду обитания коренных народов и содействовать сохранению их самобытности и культурного наследия. Проводится независимая оценка характера и результатов хозяйственной деятельности компании с точки зрения защиты интересов коренного населения. Разработаны принципы оказания помощи коренному населению в соответствии с рекомендациями Всемирного Банка и с учетом уникальной специфики региона. Компанией принят план развития коренных народов, цели которого:

- способствовать устойчивому развитию коренного населения, поддерживать традиционную экономику и разностороннее развитие ее отраслевой структуры производства;
- расширять профессиональные и карьерные возможности для коренного населения, пытаться найти и развить новые рынки для реализации традиционной продукции, производимой коренным населением;

¹ Адам А.А., Зендриков К.Ю., Ивченко С.В., Либоракина М.И., Каминарская Н.Г. Социальные инвестиции российских компаний / под ред. М.И. Либоракиной. М.: Фонд «Институт экономики города», 2004.

- способствовать увеличению реальных доходов, таким образом повышая качество жизни коренного населения, а также снижать уровень изоляции (физической и информационной) и социальной маргинализации коренного населения;
- поддерживать состояние окружающей среды, подходящее для традиционного уклада жизни¹.

На местах для организации эффективного взаимодействия и информационного обмена между подразделениями компании и местным населением в структуру управления дочерних компаний привлекаются представители коренных народов. Они координируют деятельность по всем аспектам, связанным с коренным населением: от подготовки годового бюджета поддержки до поставок товаров кочевым оленеводческим бригадам. В их обязанность также входит определение базовых потребностей различных групп коренного населения и поиск оптимальных схем предоставления.

Одним из ключевых принципов, на которых базируется благотворительная и спонсорская политика компании «Северсталь», является использование и развитие новых социальных технологий, в частности, распределение материальных и финансовых ресурсов на конкурсной основе.

При поддержке ОАО «Северсталь» проходит ежегодный Всероссийский конкурс имени П.М. Третьякова на лучшее произведение реалистического искусства среди молодых художников. Организаторы конкурса – Государственная Третьяковская галерея и журнал «Третьяковская галерея». Целью конкурса является возрождение гуманистических традиций русского реалистического искусства, поддержка творчества молодых авторов. Еще один конкурсный проект стартовал в июне 2006 года. Это открытый конкурс проектов, организованный в рамках Программы малых грантов по направлению «Современная культура» при организационной поддержке Российского

¹ Отчет ОАО «НОВАТЭК» в области устойчивого развития на территории Российской Федерации 2006-2007г. [Электронный ресурс] / <http://www.novatek.ru/ru/development/archive/>

представительства Британского благотворительного фонда Charities Aid Foundation – CAF Россия. В рамках конкурса рассматриваются проекты российских некоммерческих организаций, государственных и муниципальных учреждений и общественных объединений¹.

ООО «ЛУКОЙЛ-Пермь» поддерживает развитие народных промыслов в Пермской области начиная с 2002 г. Компания на протяжении нескольких лет направляет ресурсы на возрождение народных промыслов. Благодаря данной инициативе, в районах края создаются рабочие места, возрождаются традиционные виды промыслов. Кроме поддержки самих производителей, компания взяла на себя решение вопроса по продвижению готовой продукции на специализированных ярмарках и других площадках. Важным элементом является проведение компанией мониторинга реализации указанного проекта с целью повышения его эффективности. Например, чтобы в кратчайшие сроки организовать сертификацию продукции крестьянских подворий, специалисты управления общественных связей ООО «ЛУКОЙЛ-Пермь» заинтересованные органы исполнительной власти. Чтобы содействовать сбыту продукции, для проектантов на областной ярмарке был организован круглый стол с представителями крупнейших торговых сетей области².

Отдельно рассмотрим опыт Татарстана. Процесс разработки нефтяных месторождений может сопровождаться деформацией земной поверхности, что в отдельных случаях приводит к деформированию скважин, просадочным явлениям. Источником первичной информации для планирования различного рода природоохранных мероприятий в ОАО «ТАТНЕФТЬ», контроля над их реализацией и эффективностью служат данные мониторинга состояния окружающей среды. Мониторинг состояния атмосферного воздуха осуществляется промышленно-санитарной лабораторией управления «Татнефтегазпереработка». Ежегодно в 68 населенных пунктах проводится

¹ Северсталь. Социальные и культурные проекты [Электронный ресурс] / <http://xn--o1aabe.xn--p1ai/12/3980.pdf>

² Ивченко С.В., Либоракина М.И., Сиваева Т.С. Город и бизнес: формирование социальной ответственности компаний / Под. ред. М. И. Либоракиной. М.: Фонд «Институт экономики города», 2003. 135 с.

отбор и анализ проб воздуха. В настоящее время система наблюдений состоит из 1481 пункта. При необходимости анализ может проводиться по 56 параметрам¹.

Кроме инициатив крупных бизнес-структур, в регионе уже четыре года действует Республиканский совет по вопросам благотворительной деятельности (созданный в соответствии с Указом Президента республики). За прошедший период, объединив усилия органов исполнительной власти и местного самоуправления, общественных объединений, бизнес-структур всех уровней, а также жителей региона, Советом организованы мероприятия по оказанию помощи нуждающимся жителям Татарстана.

Нормативно-правовая база татарстанской благотворительности включает:

- федеральное законодательство о благотворительной деятельности и благотворительных организациях;
- Указы Президента Республики Татарстан:
 - ✓ от 16.10.2006г. №УП-409 «О Республиканском совете по вопросам благотворительной деятельности»;
 - ✓ от 09.11.2006 г. №УП-463 «Об объявлении 2007 года Годом благотворительности в Республике Татарстан».
- постановления Глав администраций муниципальных районов и городских округов о создании попечительских советов по вопросам координации благотворительной деятельности.

Значительная помощь отдельным категориям населения региона была оказана в рамках таких акций, как:

- «Вместе к равным возможностям» (2007 год: обладателями новых инвалидных колясок стали 2 404 татарстанца);
- «Помоги собраться в школу»: 2007 год: оказана помощь 7585 детям на общую сумму 7 млн. 55 тыс. 482 рубля); 2008 год: оказана помощь 13 516 детям

¹ Отчет о социально-экономической, природоохранной и инновационной деятельности «Татанефть» [Электронный ресурс] / http://tatneft.ru/storage/block_editor/files/e5a27e26cbb8b4fb18b93b8317cb9109dc374c7a.pdf

на общую сумму 9 млн. рублей; 2009 год: оказана помощь 15 740 детям на общую сумму 18 млн. 782 тыс. 546 рублей;

– «Помоги ребёнку» (оказана помощь 30 детям дошкольного возраста с тяжелой формой бронхиальной астмы; 648 детям, страдающим инсулинозависимым сахарным диабетом; 405 глухим и слабослышащим детям; детям, остро нуждающимся в дорогостоящей медицинской помощи на общую сумму 8,1 млн. рублей);

– «Доброе сердце» (по итогам акции получили тонометры 4 тыс. 269 пожилых людей республики);

– «Второе дыхание» (оказана помощь 45 детям, страдающим муковисцидозом на сумму 720 тыс. рублей);

– «Даруя кровь – спасаешь жизнь» (собраны денежные средства на приобретение установки RADGIL для очистки донорской крови 12,9 млн. рублей);

– «Мир войдет в мой дом» (приобретены ноутбуки 223 детям школьного возраста, страдающим онкологическими заболеваниями, на сумму 3 млн. 345 тыс. рублей);

– «Мы можем!» - общая сумма оказанной в рамках акции 1 июня благотворительной помощи превышает 150 млн. руб. Благодаря спонсорской помощи предприятий детские учреждения получили значительную помощь в ремонте помещений, приобретении оборудования и инвентаря.

При непосредственном участии бизнес-структур региона созданы несколько специализированных фондов, в т.ч. благотворительный фонд «Альпари», основной целью работы которого является помощь дошкольным учреждениям, поддержка талантливых детей, реализация проектов по поиску одаренной молодежи. За время своей деятельности этот благотворительный фонд помог сотням детей-сирот поправить свое здоровье: каждый месяц фонд направляет в детские дома Казани жизненно необходимые медикаменты, в том числе способствует проведению сложных операций в региональных и московских больницах. По инициативе фонда «Альпари» в 2006-2007 годах проведён

конкурс на лучший сайт г. Казани, созданный руками школьников: по итогам конкурса передано 100 сертификатов 100 школам-победительницам города Казани о принятии их в члены некоммерческого партнерства «Школьный сайт». Каждый участник, получил: программное обеспечение для создания и ведения сайта; 300 МБ на интернет-портале; 30 почтовых ящиков; множество электронных мультимедийных курсов по IT¹.

В 2008-2010 годах Благотворительный Фонд "Альпари" осуществляет сразу несколько значимых благотворительных проектов:

- обучающие курсы дополнительного образования для мам, воспитывающих детей-инвалидов, а так же мам многодетных и неблагополучных семей;

- долгосрочная акция "С Днем рождения!" – для воспитанников социальных приютов и детских домов. Сотрудники Фонда вместе с аниматорами-волонтерами посещают именинников, даря им подарки и внимание;

- обучающий курс для волонтеров по оригами в рамках акции "Японская культура" – приобретение волонтерами необходимых знаний и навыков для проведения занятий с воспитанниками социальных приютов и детских домов;

- при содействии Министерства труда, занятости и социальной защиты Республики Татарстан очередной этап акции "Преображая скучные стены" (стены в коридорах Верхнеуслонского социального приюта для детей преобразились и зажили собственной жизнью, радуя ребят);

- совместно с волонтерами тренингового центра "Меркурий" было проведено мероприятие для детей из социальных приютов и малообеспеченных семей "Зажги звезду детской радости", в ходе которого дети совершили прогулку на теплоходе "Москва".

Благотворительный фонд «Одарённые дети» (год основания – 2004 год). Учредитель – крупнейшая компания ОАО «Татнефть». Основной целью фонда стала поддержка мероприятий, направленных на развитие интеллектуального и

¹ Благотворительный фонд «Альпари» - детям-сиротам [Электронный ресурс] / <http://www.dashin.ru/ru/2007/582-blagotvoritelnyj-fond-alpari-detyam-sirotam>

научно-творческого потенциала школьников; стипендии учащимся из малообеспеченных семей, проявившим себя в научно-познавательной сфере; денежная помощь школьникам и их наставникам за достижения в предметных олимпиадах и научно-практических конференциях.

Благотворительный фонд «Элемте». Учредитель – компания «Элемте». Цель – реализация долгосрочных стипендиальных и грантовых программ, адресованных талантливым студентам и перспективным педагогам.

Благотворительный фонд «Анастасия». Учредитель – генеральный директор ОАО «Завод Электрон». Фонд работает над повышением доступности обучения в высших и средних специальных учебных заведениях; оказывает помощь в развитии способностей и содействие в профессиональном самоопределении, осуществляет грантовую поддержку и финансирует получение дополнительного образования.

Благотворительный фонд «Ак Барс СОЗИДАНИЕ» (год основания – 2007 год). Цель – социализация детей с ограниченными физическими возможностями и детей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации; сохранение, восстановление и укрепление здоровья подрастающего поколения; поддержка одаренных детей и талантливой молодежи; социальная защита одиноких престарелых граждан.

Благотворительный фонд «Махеев». Цель – оказание помощи малообеспеченным пожилым людям лекарствами и продуктами питания, финансовую поддержку массового спорта и меценатскую помощь в восстановлении объектов культуры, памятников архитектуры и религиозных объектов.

Благотворительный фонд «Забота», учредитель ОАО «Татэнерго». Цель фонда – оказание материальной помощи работникам энергосистемы, получившим инвалидность, состоящим на диспансерном учёте или нуждающимся в дорогостоящем лечении или операциях, а также родителям, воспитывающим детей-инвалидов.

Системный подход, продуманный целенаправленный характер реализуемых проектов обозначился в деятельности республиканских благотворительных фондов. На формирование положительного имиджа татарстанского благотворителя направлен позитивно зарекомендовавший себя республиканский конкурс на звание «Благотворитель года».

Несмотря на позитивные тенденции последних лет в части развития благотворительности, следует отметить и ряд недостатков: не урегулированы вопросы законодательного, нормативного оформления благотворительного процесса, недостаточно используются в повседневной практике новые технологии привлечения благотворительных средств, мало изучается и внедряется российский и зарубежный опыт. Кроме этого, для проведения эффективной благотворительной политики, успешной реализации благотворительных проектов необходимо развитие конструктивного сотрудничества с некоммерческими организациями, максимальное использование их ресурсов и потенциала в сфере благотворительности. В то же время сами некоммерческие организации недостаточно используют возможности приумножения своих средств, которые предоставил им Федеральный закон "О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций", принятый ещё в 2007 году.

Центр аналитических исследований и разработок (г. Казань) с 12.01.2009 по 25.01.2009 г. провел исследование на тему «Благотворительная деятельность в Татарстане: восприятие, мотивация, ожидания, стандарты» с целью оценить социальный эффект от проведения республиканских благотворительных акций последних лет, а также определить степень влияния благотворительности на качество жизни населения. Одной из задач исследования являлось определение отношения населения РТ к практике благотворительной (в том числе, добровольческой) деятельности в республике.

Большинство участников исследования (83,4%) приветствуют создание благотворительных фондов организациями, тогда как доля скорее не

приветствующих подобное составляет 6,2%. Среди последних преобладают опрошенные из Набережных Челнов и респонденты-мужчины.

В восприятии большинства опрошенных (73,8%), благотворительные организации и фонды преследуют, в первую очередь, такую цель, как оказание помощи малоимущим и наименее защищенным людям. Каждый шестой участник исследования (18,0%) уверен в том, что цель подобных организаций – оказывать помощь нестандартно мыслящим людям, непризнанным талантам. Чуть меньшая доля опрошенных (15,3%) считает, что благотворительные организации и фонды создаются для того, чтобы получать прибыль.

В целом, общее отношение опрошенных к подобным организациям – положительное. Большинство верит в то, что целью их создания и функционирования является оказание помощи нуждающимся, но никак не получение личной выгоды. Данное социологическое исследование подчеркивает наличие ресурсов для дальнейшего развития благотворительности в республике: участие в благотворительности бизнес-структур, устойчивый кредит доверия населения к проводимой благотворительной политике в республике.

Таким образом, бизнес создал широкий вариативный перечень социальных проектов и инициатив, направленных на развитие местного сообщества. Однако, наибольшую долю сегодня занимают программы и акции по поддержке социально-незащищенных слоев населения. В то же время, российский бизнес вполне способен сегодня на реализацию масштабной и эффективной социальной политики. Как показывает анализ деятельности компаний из регионов ПФО – благодаря переходу от разовой помощи к долгосрочным программам и системной социальной политике бизнес-структуры получают возможность перейти к «включенному» участию в жизни местного сообщества, решению социальных проблем и снижению уровня социальной напряженности региона.

Заключение

Как показывает анализ социальных практик бизнес-структур и их социальной политики, в России существуют примеры социальной ответственности бизнеса. Однако, формы проявления социальной ответственности в регионах крайне разнообразны, что в значительной степени связано с большим набором мотивов, побуждающих бизнес включаться в решение социальных проблем на местах. На сегодняшний день одним из ведущих мотивов, побуждающих компании заниматься социальными проектами, является тесное, зачастую неформальное, взаимодействие с органами местной и региональной власти. Именно они формируют требования к масштабам и длительности социально ответственных практик, их разнообразию, а иногда и неоднозначность. В целом, стоит отметить, что социальная политика сегодня существуют в значительной доле крупных компаний, а также среднего бизнеса. Для малого предпринимательства это пока еще непозволительная ресурсная нагрузка. Однако, благодаря тесному взаимодействию между собой, субъекты малого и среднего бизнеса в условиях стабильной финансовой ситуации с интересом включаются в решение социальных задач местного сообщества.

Кроме значительной меры воздействия государственных структур, движущими силами, стимулирующими компании к запуску собственных социальных инициатив, являются внутренняя мотивация руководства компании, а также запросы, поступающие от местного сообщества и общественных организаций

В свою очередь, органы исполнительной власти зачастую не скрывают политического контекста в выдвигаемых бизнесу просьбах о включении об участии в текущей деятельности по реализации социальных программ, проектов и поддержке функционирующей в регионе социальной инфраструктуры. Сам формат инициативы со стороны региональных и местных структур может быть весьма разнообразен: от партнерской просьбы, подразумевающей конечное

решение о включении за бизнес-структурой, до ультимативных требований с указанием точных объемов ожидаемой помощи.

Мотивация руководства компаний при принятии решения об участии в отдельных социальных программах, проектах, а также формирования собственной полноценной долгосрочной корпоративной социальной политики состоит из моральной и прагматической составляющей. Прагматический подход выражается в желании использовать социально ответственные практики для решения долгосрочных целей компании: налаживание благоприятных политических взаимоотношений с местными органами власти, формирование комплексной устойчивой кадровой политики, конструирование положительного социального бренда компании в глазах местного сообщества и партнеров.

Моральная мотивация базируется на ценностных ориентирах руководства, желании использовать новый способ самореализации. Нередко за конкретными примерами стоит духовная и религиозная составляющая. Все это соответствует подходу, в рамках которого бизнес-структура является неотъемлемой частью той территории, где она работает, где живут её сотрудники или сосредоточены её стратегические интересы.

Анализ реализуемых социально ответственных практик указывает на значительное разнообразие условий, в которых предпринимателям приходится реализовывать социальные проекты и программы, выстраивать социальную политику. В частности, не обязательно компания сама занимается разработкой содержания планируемых мероприятий. Многие компании, особенно в крупных городах, где существует значительная концентрация профессиональных профильных некоммерческих организаций, склонны привлекать их в качестве партнеров и операторов как отдельных мероприятий, так и длительных корпоративных социальных программ.

Исследование особенностей деятельности бизнеса на поле социальной политики дает возможность убедиться в достаточно высокой его активности в реализации социальных проектов. Приоритетными для компаний в Приволжском федеральном округе являются помощь нуждающимся, участие в

содержании объектов социальной инфраструктуры, образовательные проекты, вовлечение местного сообщества в экологические инициативы. Безусловно, выбор конкретного проекта и его содержания в рамках социальной ответственности бизнеса осознанно связан с желанием закрепить отношения с партнерами, расширить целевую аудиторию компании, выйти на новые рынки.

При этом, предприниматели не всегда готовы обсуждать реализуемые проекты как проявление социальной ответственности бизнеса. Например, целесообразность классической благотворительной помощи большинство опрошенных татарстанских предпринимателей не отрицают. Для многих благотворительность, спонсорство и меценатство является более простым и более понятным форматом, хотя фактически деятельность носит глубоко осознанный характер.

В конечном итоге, успешная реализация социальных программ и проектов может стать эффективным инструментом регулирования социальной напряженности в регионе.

Гипотеза нашего исследования подтвердилась. Готовность к развитию на практике социальной ответственности высказывают более 40% респондентов. Они одобряют практики помощи бизнеса местному сообществу, считают это его обязанностью. Благодаря таким программам бизнес может развиваться от модели ответов на разовые просьбы о помощи к долгосрочному планированию своих социальных обязательств, к «включенному» участию в жизни региона. Для бизнеса переход к подобному формату работы с местным сообществом и властью позволяет повышать эффективность участия в решении социальных проблем.

Негативным моментом стало то, что на практике более трети опрошенных бизнесменов не знают как социальные инвестиции помогают местному сообществу. Это свидетельствует о пока еще значительной доли бизнеса, который не задумывается об эффективности социальных инвестиций.

Патерналистская позиция государственных структур приводит к тому, что в регионах зачастую довольно жестко рекомендует бизнесу быть социально ответственным. Это существенным образом влияет на отношение компаний к социально ответственным практикам, сводя в большинстве случаев социальные инициативы к разовым мероприятиям, в которых интересы бизнеса учтены в меньшей степени. По нашему мнению, более эффективным может стать подход, в рамках которого бизнес-структуры, с учетом интересов местных органов власти, будут разрабатывать долгосрочные социальные программы. Именно они в значительной мере способны повлиять на снижения социальной напряженности и предотвращение социальных конфликтов.

Существующие сегодня методики измерения социальной напряженности позволяют с высокой степенью достоверности описывать происходящие в социальных группах изменения. Однако, «интуитивно-опытный» характер построения этих методик, и убежденность исследователей в самодостаточности их инструментария оставляют значительное поле для дальнейших разработок в этом направлении. Это четко прослеживается в элементах существующих концепций социальной напряженности.

Вследствие сложного характера феномена социальной напряженности, ее уровень весьма затруднительно измерить по принципу «здесь и сейчас». Основным источником данных для изучения социальной напряженности регионов России являются статистические данные, которые обобщаются со значительной задержкой. Поэтому для практического использования целесообразнее измерять уровень предрасположенности региона к социальной напряженности.

Социальная напряженность это многогранный социальный феномен, изучение которого представляет особый интерес в рамках профилактики и предотвращения конфликтов. Современное научное знание использует два способа определения понятий социальной напряженности, основанных на фиксации в понятиях чувственно данных проявлений процессов или объектов, относящихся к задаваемому понятию. Понимание социальной напряженности

как индивидуальных и групповых динамических признаков, позволяет говорить о целесообразности ее измерения. Основной целью при создании инструментов измерения социальной напряженности является не столько желание оценить ее текущий уровень, сколько получить данные, позволяющие формировать прогноз об уровне изменения социальной напряженности в разных временных диапазонах.

Феномен социальной напряженности нуждается в создании адекватного полноценного теоретического понимания. Для социологии, конфликтологии и социальной психологии важно позиционирование социальной напряженности как целостного феномена, являющегося неотъемлемой частью существования социальной группы. Многочисленные исследования, зарубежные и российские, указывают на целесообразность мониторинга состояния социальной напряженности, ее уровня, своевременного прогнозирования ее изменения, с целью формирования ее конструктивной роли в развитии общества. При этом, в связи с динамическим характером социальной напряженности, говорить о ее полном устранении невозможно.

Таким образом, в результате проведенного исследования нам удалось показать, социально ответственные практики российских бизнес-структур могут оказывать влияние на социальное развитие территории и выступать регулятором социальной напряженности. Развитие данных практик, вовлечение в них большего количества компаний, переход от краткосрочных к долгосрочным сценариям социальных проектов позволяет говорить о значительном потенциале влияния социальной ответственности бизнеса на устойчивое социальное развитие региона. Угрозы социальной напряженности и последствия для региональной социальной политики – это предмет дальнейших научных исследований в рамках рассмотренной темы.

Сама по себе социальная напряженность относится к группе трудноизмеримых показателей. Существующие социологические методики фиксации протестной активности населения применимы только в условиях, когда ситуация уже превысила уровень условной нормы. В этих условиях

достойным инструментов могла бы стать система индикаторов, позволяющая с достаточным временным лагом диагностировать риски изменения уровня социальной напряженности.

В рамках своего исследования мы сделали попытку предложить подобный инструмент. Как показали результаты – частичная обратная линейная зависимость предрасположенности региона к социальной напряженности от качества жизни и экономических перспектив региона существует. В результате проведенного исследования нам удалось частично подтвердить гипотезу, выдвинутую в работе.

Анализ социальных практик, реализуемых бизнес-структурами в России, свидетельствует о широкой распространенности социальной ответственности бизнеса в регионах России.

Недостаточное понимание значения социальных инвестиций со стороны бизнес-структур обусловлено их неявным долгосрочным эффектом. Как показывает анализ деятельности компаний из регионов ПФО, бизнес, реализующий широкий спектр разовых социальных проектов, являются сегментом, который может перейти к долгосрочным программам и системной социальной политике, получив возможность более активного участия в жизни местного сообщества и снижению уровня социальной напряженности региона.

На основе полученных данных можно предположить, что предрасположенность региона к социальной напряженности зависит и от типов социальной напряженности. Определение и классификация этих типов – предмет будущих исследований.

Список литературы

1. Аганбегян А.Г. О приоритетах социальной политики [Электронный ресурс] // Независимый институт социальной политики: http://spero.socpol.ru/docs/N12_2010_02.pdf (дата обращения: 12.07.2010).
2. Адом А.А., Зендриков К.Ю., Ивченко С.В., Либоракина М.И., Каминарская Н.Г. Социальные инвестиции российских компаний / под ред. М.И. Либоракиной. М.: Фонд «Институт экономики города», 2004.
3. Алексеева О.П. История доверия в недоверительные времена. Современная российская благотворительность. М.: Эксмо, 2008. 240 с.
4. Алексеёнок А.А., Каира Ю.В., Бараночников В.А. Социологический анализ влияния материального положения на социальное самочувствие населения и социальную напряженность в регионе // Среднерусский вестник общественных наук. 2011. № 3. С. 44-47.
5. Андрунакиевич А.Н. Социальная ответственность бизнеса в России: в поисках национальной модели / А.Н. Андрунакиевич // Труд и социальные отношения. 2009. №1 С. 133-137.
6. Аникина И.Д. Социальные инвестиции бизнеса как фактор конкурентоспособности компаний // Финансы и кредит. 2010. N 13. С. 42-46.
7. Ахременко А.С. Стабильность политического и социального развития российских регионов: взгляд через призму проблемы качества жизни / А.С. Ахременко // Материалы XI Международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества: в 3 кн. / отв. ред. Е.Г. Ясин. – М.: Высшая школа экономики, 2011. – Кн. 2. С. 593-603.
8. Ахременко А. С. Качество жизни регионов России: политологический аспект, методология и методика измерения // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2010. № 1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://polit.msu.ru/kaf/lab_quant/public/ (дата обращения: 7.05.2015).
9. Балакирев В. Оценка влияния корпоративных социальных программ в компании: ситуация, постановка задачи. [Электронный ресурс] // Информационный центр «Благотворительность в России». URL: <http://www.infoblago.ru/press/survey/article.wbp?article-id=8AF4D700-0BCF-4745-A6CC-0FF90BF4EF33> (дата обращения: 22.03.2011).
10. Баранова Г. В., Фролов В. А., Кондрашин А.В. Особенности социальной напряженности в регионах России // Социологические исследования. 2011. №6 С. 48-55.
11. Баранова Г.В. Методология и методика измерения социальной напряженности // Социологические исследования. 2012. № 3. С. 50-65.

12. Баранова Г. В., Социальный протест как форма гражданской активности // В мире научных открытий. 2014. №7.2(55) С. 1067-1078.
13. Бараночников В.А. Институциональное воздействие на уровень социальной напряженности // Среднерусский вестник общественных наук Орел: Изд-во ОРАГС, 2015 №3 (39). С.15-29.
14. Батаева Б.С., Вавилина А.В. Зарубежная практика развития социально ответственных инвестиций // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2016. Т. 16. № 1. С. 15-23.
15. Бауман З. [Bauman Z.] Спор о постмодернизме // Социологический журнал. 1994. № 4. С. 69–80.
16. Беляева Е.Ю. Корпоративная социальная ответственность и благотворительная деятельность компаний. М.: Предпринимательство. 2006. – 205с.
17. Бергер П., Лукман Т. [Berger P., Luckmann T.] Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания: пер. с англ. М.: Моск. филос. фонд, 1995.
18. Бизнес и власть в России: формирование благоприятного инвестиционного и предпринимательского климата / монография / науч. ред. и рук. авт. колл. А. Н. Шохин; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. — 461 с.
19. Бикеева М.В. Социальная ответственность бизнеса: теория, методология, практика. Санкт-Петербург Издательство Политехнического университета. 2012. -137с.
20. Благов Ю.Е., Кабалина В.И., Петрова-Савченко А.А., Соболев И.С. Создание ценности для бизнеса и общества: анализ корпоративной социальной деятельности российских компаний // Российский журнал менеджмента. 2015. Т. 13. № 2. С. 67-98.
21. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю.Е. Благов; Высшая школа менеджмента СБбГУ. – СПб.: Из-во «Высшая школа менеджмента». 2010. 272с.
22. Блумер Г. [Blumer H.] Коллективное поведение // Американская социологическая мысль. Тексты: пер. с англ. / под ред. Добренкова. М.: Издательство Московского Университета, 1994. С. 168–215.
23. Братющенко С.В. Корпоративная социальная ответственность бизнеса как институт государственно-частного партнерства и эффективной региональной и социальной политики // Регион: экономика и социология. 2007. №4. С.189-206.
24. Бурдьё П. Социология социального пространства / Пер. с фр., общ. ред. Н.А. Шматко. М.: Алетейя, 2005. 288 с.

25. Ващекина И.В. Социальная ответственность российских банков: управление региональными программами и взаимодействие с общественными организациями // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 3-1. С. 121-124.
26. Викулова С. К. Социологические концепции социального взаимодействия: проблема определения социальной напряженности [Электронный ресурс] // Электрон. журн. "Знание. Понимание. Умение" 2009. № 3. URL: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/3/Vikulova/> (дата обращения: 22.01.2010).
27. Виноградов Д. А. Российская практика стандартизации в области социальной ответственности // Проблемы современной экономики. 2013. №2. С. 142-145.
28. Витальева Е.М., Курбатова Ю.А., Яцечко С.С. Социально-ориентированный маркетинг и социальная ответственность организации: сходство и различия // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. 2016. № 1 (27). С. 97-102.
29. Волынчук А.Б., Соловченков С.А. Социальная напряженность и протестная активность в контексте анализа социальной безопасности // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2013. № 1 (19). С. 25-36.
30. Всё о лидерах 2015: по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности - 2015». М.: Форум Доноров, 2015. 166 с.
31. Гаврилов А.И. Региональная экономика и управление [Электронный ресурс] // Российский гуманитарный интернет-университет: http://www.i-u.ru/biblio/archive/regionalnaja_ekonomika/ (дата обращения: 12.11.2009).
32. Голованов А.В. Особенности, индикаторы и мониторинг социальной напряженности общества переходного периода в регионе [Электронный ресурс] // Журн. "Регионология" 2008. №3. URL: <http://regionsar.ru/node/153> (дата обращения: 24.06.2015).
33. Головин Ю.А., Особенности социально-политических напряжений и конфликтов в крупных региональных центрах России (Нижний Новгород - Ярославль) // URL: http://www.isras.ru/abstract_bank/1208801908.pdf. (дата обращения: 2.05.2011).
34. Горшков М.К. Общественные неравенства как объект социологического анализа // Социологические исследования. 2014. №7. С. 20- 31
35. Грызлов И.Н. Методика краткосрочного прогнозирования индекса протестной активности населения региона на основе использования статистической информации // Информационные системы и технологии. 2013. № 3 (77). С. 54-60.

36. Демчук О.Н. Формирование социальной ответственности бизнеса в сфере малого предпринимательства, М.: Финансы и статистика. 2011. 150с.
37. Дмитриев А.В. Конфликтогенность миграции: глобальный аспект // СОЦИС. 2004. №10. С.2-22.
38. Доклад о социальных инвестициях в России / под общ. ред С.Е. Литовченко. М.: Ассоциация менеджеров, 2004. 80 с.
39. Доклад о социальных инвестициях в России / под общ. ред. С.Е. Литовченко. М.: Ассоциация менеджеров, 2008. 90 с.
40. Доклад о социальных инвестициях в России — 2014: к созданию ценности для бизнеса и общества / Ю. Е. Благов (и др.); под общ. ред. Ю. Е. Благова, И. С. Соболева. СПб.: Авторская творческая мастерская (АТМ Книга), 2014.
41. Доклад о состоянии и развитии фондов в России 2014. URL:<http://www.donorsforum.ru/materials/doklad-o-sostoyanii-i-razvitiifondov-v-rossii-2014/> (дата обращения: 2.11.2016).
42. Дюркгейм Э. [Durkheim E.] Самоубийство: Социологический этюд / пер, с фр. с сокр.; под ред. В. А. Базарова. М.: Мысль, 1994.
43. Дюркгейм Э. [Durkheim E.] Социология. Ее предмет, метод, предназначение / пер. с фр., составление, послесловие и примечания А. Б. Гофмана. М.: Канон, 1995.
44. Епархина О.В. Социальная напряженность и конфликтный потенциал региона: существующие возможности анализа. // Сб. материалов всероссийской конференции «Конфликты в социальной сфере и их регулирование». Казань.: Издательство Печатный двор, 2009. С. 69-100
45. Загоруйко Н.М. Проблема оценки экономической эффективности корпоративной благотворительности // Благотворительность в России. Исторические и социально-экономические исследования 2002. / Под ред. О.Л. Лейкинда. СПб.: Лики России, 2003.
46. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. От предпринимательской благотворительности к корпоративным социальным инвестициям // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2014. Т. 20. № 17 (144). С. 44-52.
47. Звоновский В.Б. Локализация ответственности как элемент повседневной практики // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2011. № 3. С. 37-42.
48. Звоновский В.Б., Меркулова Д.Ю. Формы социальной активности в новых территориальных сообществах // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2015. № 1 (125). С. 82-90.

49. Зиммель Г. [Simmel G.] Как возможно общество? / пер. с нем. и примеч. А.Ф. Филиппова // Г. Зиммель. Избранное. М.: Юрист, 1996. С. 509–528.
50. Зубаревич Н.В. Региональная проекция нового российского кризиса // Вопросы экономики. 2015. № 4. С. 37–52.
51. Ивченко С.В., Либоракина М.И., Сиваева Т.С. Город и бизнес: формирование социальной ответственности компаний / Под. ред. М. И. Либоракиной. М.: Фонд «Институт экономики города», 2003.
52. Из России с любовью: Национальный вклад в глобальный контекст КСО. [Электронный ресурс] // The Economist Intelligence Unit. 2008. URL: http://www.pwc.com/ru_RU/ru/press-releases/pdf/fromrussiawithlove_rus.pdf. (дата обращения: 21.01.2010).
53. Индикаторы социально-экономического развития муниципальных образований / Под ред. Г.Ю. Ветрова. М.: Фонд «Институт экономики города», 2002.
54. Канаева О.А. Корпоративная социальная ответственность: формирование концептуальных основ / О.А. Канаева // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 5. Экономика. 2010. Вып.4. с.25–39.
55. Кинсбургский А.В., Топалов М.Н. Социальная напряженность и региональные конфликты / Региональная социология: проблемы консолидации социального пространства России. М.: Институт социологии РАН, 2015. с. 289–328
56. Климов И. «Конструктивные» и «протестные» движения как ресурс изменения социальных практик // Журнал исследований социальной политики. 2014. Т. 12. № 2. с. 201–216.
57. Козер Л.А. [Coser L.] Функции социального конфликта: пер. с англ / под общ. ред. Л.Г. Ионина. М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуал. книги, 2000.
58. Коновалова Л.Н., Корсаков М.И., Якимец В.Н. Управление социальными программами компании. М.: Ассоциация менеджеров России, 2003.
59. Корпоративная социальная ответственность в современной России: теория и практика [Электронный ресурс] // Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ. 2005. № 26 (278). URL: <http://www.budgetrf.ru/Publications/Magazines/VestnikSF/2005/vestniksf278-26/vestniksf278-26010.htm#a6> (дата обращения: 2.05.2011).
60. Корякина Е.А. Социальная ответственность бизнеса в нестабильной экономической ситуации // Теория и практика общественного развития. 2015. № 23. С. 49–51.
61. Костин А.Е. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие: мировой опыт и концепции для России // Менеджмент в России и за рубежом. 2005. №3. С.112–122.

62. Котов Д.А. Социальная напряженность «благополучного класса» // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология Политология. 2013 №1 (21). С. 211-225.
63. Кочетков А.П. Взаимодействие государства, бизнеса и гражданского общества в решении социальных конфликтов // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2016. № 4 (71). С. 135-137.
64. Куконков П.И. Проблема конструирования социологической модели социальной напряженности // Материалы III Всероссийского социологического конгресса. Секция 22. 2008. URL: http://www.isras.ru/abstract_bank/1207936844.pdf (дата обращения: 22.01.2014).
65. Куконков П.И. Трансформация напряжений в социальном пространстве // Конфликтология. 2014. Т. 4. С. 39-53.
66. Куконков П.И. Социальное напряжение и конфликтогенная активность // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2015. № 4 (40). С. 88-95.
67. Кошарная Г.Б. Социальная ответственность субъектов предпринимательства: история и современность // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2014. № 1. С. 100–108.
68. Кусмарцева И.А. Участие российских предпринимателей в решении проблем местного сообщества: мотивы и перспективы / И.А. Кусмарцева П.В. Романов // Благотворительность в России. Социальные и исторические исследования. 2002. / под ред. О.Л. Лейкина. СПб.: Лики России, 2003.
69. Лапин Н.И. Проблемы формирования концепции и человеческих измерений стратегии поэтапной модернизации России и ее регионов // Социологические исследования. 2014. № 7. С. 8-19.
70. Ларионова Т.П. Благотворительная деятельность как ресурс социальной политики (на примере Республики Татарстан) монография / Казань КГТУ. 2010. 149с.
71. Левин К. [Lewin K.] Теория поля в социальных науках. М.: Речь, 2000.
72. Лещенко О.А., Корчагина Е.В. Методика оценки эффективности деятельности компаний в сфере КСО // Менеджмент в России и за рубежом. 2014. № 5. С. 3-17.
73. Липманн У. [Lippman Y.] Общественное мнение. М.: Ин-т социологии РАН, Ин-т Фонда Общественное мнение, 2005.

- 74.Луговская О.М. Социальная напряженность как этап в процессе развития конфликта // «Мир науки, культуры и образования». 2014. №3(36). С. 299-301.
- 75.Луговая О.М., Черникова И.В. Диагностика социальной напряжённости на основе оценки стабильности социальных связей в обществе // Мир науки, культуры, образования. 2015. № 3 (52). С. 250-252.
- 76.Луман Н. [Luhmann L.] Медиа-коммуникации. М.: Логос, 2005.
- 77.Маренко В.А., Лучко О.Н. Приложения когнитивного моделирования для изучения социальной напряжённости. // Математические структуры и моделирование. 2014. № 4 (32). С. 116-127.
- 78.Марченко Е.М., Глазкова В.В. Методические подходы к оценке эффективности инвестиций в социальные проекты // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 8 (359). С. 35-42.
- 79.Мертон Р. [Merton R.] Социальная теория и социальная структура. М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2006.
- 80.Мертон Р. [Merton R.] Явные и латентные функции // Американская социологическая мысль / пер. с англ. М.: Издательство МГУ, 1994. С. 379–447.
- 81.Мерсиянова И.В. Благотворительность и участие россиян в практиках гражданского общества: региональное измерение / И. В. Мерсиянова, И. Е. Корнеева. Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: НИУ ВШЭ, 2013. — 204 с.
- 82.Мид Дж. [Mead G.] Аз и Я // Американская социологическая мысль. Тексты / пер. с англ. под ред. Добренкова. М.: Издательство Московского Университета, 1994. С. 227–237.
83. Михеев И.В. Понятие социальной напряженности в отечественной и зарубежной социально-гуманитарной науке. // Вестник Казанского технологического университета. Казань.: КГТУ, 2010. С. 206-212.
84. Михеев И.В. Понятие социальной ответственности бизнеса в современной России // Материалы докладов XIV Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» / Отв. ред. И.А. Алешковский, П.Н. Костылев. [Электронный ресурс]. М.: Издательский центр Факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2007.
- 85.Михеев И.В. Участие регионального бизнеса в социально-ответственных практиках (на примере Татарстана) // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), №4 (60), 2016.- с. 214-225.
- 86.Обновленная методика измерения индекса социальных настроений [Электронный ресурс] // Левада-Центр URL: <http://www.levada.ru/isn02.html> (дата обращения: 18.09.2009).

87. Овчинников Г.К., Овчинникова М.В. О развитии социальной ответственности бизнеса. // Человеческий капитал. №1 (49) 2013.М. ФГГРУ ВПО «Российский государственный социальный университет» С.198-206.
88. Овчинников Г.К., Карлова Т.В., Васильева Т.В. К философии социально справедливого общества.// Alma mater. Вестник высшей школы. 2014. №. 4. С.85-92
89. Озерникова Т.Г., Кузнецова Н.В. Развитие внутрикорпоративной социальной ответственности в российских компаниях // СОЦИС. № 6, 2015. с. 23-34.
90. Организация административного мониторинга социальных программ на региональном и местном уровнях / под ред. А.Л. Александровой. М.: Фонд «Институт экономики города», 2002.
91. Осеев А.А. Социальная напряженность и социальные конфликты в российском обществе: предпосылки, стадии развития и индикаторы // Социальная политика и социология. 2014. № 4 (105). С. 69-83.
92. Парсонс Т. [Parsons T.] О структуре социального действия. М.: Академический Проект, 2000.
93. Пембертон К. [Pemberton K.] Предоставление социальной помощи на местном уровне. М.: Фонд «Институт экономики города», 2002.
94. Петухов В.В. Новые поля социальной напряженности // СОЦИС. 2004. №3. С.30-40.
95. Пирогов И.В. Социальная напряженность: теория, методология и методы измерения: автореф. дис. канд. социол. наук. Иваново, 2002.
96. Плюснин Ю.М. Скрытая социальная напряженность в российском обществе // Полития: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). 2013. № 2 (69). С. 6-38.
97. Плюснин Ю.М. Социальная напряженность и протестная активность в контексте анализа социальной безопасности. // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2013. №1(19), С. 25-36.
98. Плюснин Ю.М. Социальная напряженность как этап в процессе развития конфликта // «Мир науки, культуры и образования». 2014. №3(36). С. 299-301.
99. Погодина Т.В. Анализ и интегральная оценка социально-экономического развития регионов Приволжского федерального округа // Региональная экономика: теория и практика. 2005. № 12. С. 7 – 13.
100. Послание Федеральному Собранию Российской Федерации 2004 г. [Электронный ресурс] // Российская газета. URL: <http://www.rg.ru/2004/05/26/poslanie-dok.html> (дата обращения: 2.09.2011).

101. Практики фандрайзинга в регионах России. Сборник кейсов / Под ред. А.Ю. Москвиной, А.В. Черниковой. — СПб.: 2013. - 131 с.
102. Прибыловский В.М Социальные механизмы управления организационными конфликтами: автореф. дис. канд. социол. наук: М., 2008.
103. Развитие социально ответственной практики: аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов, 2006–2007 годы выпуска. Аналитический обзор / А. Аленичева, Е. Феоктистова, Ф. Прокопов, Т. Гринберг, О. Менькина. Под общей редакцией А. Шохина — РСПП, Москва, 2008 г. — 128 с.
104. Резник Г.А., Волокушин Д.В. Управление социальной ответственностью на основе системы сбалансированных показателей // Проблемы современной экономики. 2013. № 2 (46). С. 104-107.
105. Рукавишников В.О., Иванов В.Н., Козлов В.Б. и др. Социальная напряженность: диагноз и прогноз // СОЦИС. 1992. №3. С.3-23.
106. Салливан Г. [Sullivan G.] Интерперсональная теория в психиатрии / Пер. с англ. СПб: Ювента, 1999.
107. Сергеев С.А. Развитие индустриальной модернизации: достижения и противоречия (Республика Татарстан) / Сергеев С.А., Салагаев А.Л. // Проблемы социокультурной модернизации регионов России. Сост., общ. ред. Лапина Н.И., Беляевой Л.А.. – М.: Academia, 2013. – С. 287 – 299.
108. Сергеев С.А. Республика Татарстан: социокультурный портрет в динамике развития / С.А. Сергеев, А.Л. Салагаев, Л.В. Лучшева // Вестник Казанского технологического университета. – 2010. – № 3. –С. 325-333.
109. Сергеев С.А. Противоречия инновационного развития Республики Татарстан / С.А. Сергеев, А.Л. Салагаев, Л.В. Лучшева // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Теория и практика. – 2011. – № 7 (13). – Ч.1. – С.117-120.
110. Сидоркина Т.Ю. Социальный капитал организации и социальная политика российского предприятия. [Электронный ресурс] // Журнал исследований социальной политики. 2007. №3. URL: http://www.jsps.ru/archives/element.php?IBLOCK_ID=64&SECTION_ID=&ELEMENT_ID=2537 (дата обращения: 4.10.2009).
111. Смелзер Н. [Smelser N.] Социология: пер. с англ. [Электронный ресурс] // М.: Феникс, 1994. URL: <http://www.socioline.ru/node/764> (дата обращения: 8.10.2009).

112. Соловченков С.А. Социальная напряженность и протестная активность в региональных социумах - опыт социологического анализа Региональные проблемы. 2013. Т. 16. № 1. С. 103-108.
113. Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество. Социальное пространство, социальная дистанция, социальная позиция. Геометрическое и социальное пространство.// URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Sorok2/15.php (дата обращения: 7.05.2009).
114. Социальная ответственность бизнеса. Корпоративная отчетность - новый фактор взаимодействия бизнеса и общества.: Сб. ст. лекций и выступлений /Под общ. ред. Л.Г. Лаптева. М.: ЗАО Финансовый издательский дом «Деловой экспресс», 2004.
115. Социально ответственный бизнес: глобальные тенденции и опыт стран СНГ / Под ред. М.И. Либоракиной. М.: Фонд «Институт экономики города», 2001.
116. Страус А. [Strauss A.] Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники / А. Страус, Дж. Корбин. М.: Эдиториал УРСС, 2001.
117. Суншев К.М. Социальные инвестиции как источник человеческого капитала: сравнительный анализ социальных инвестиций в США и России // В сборнике: Развитие экономики и менеджмента в современном мире Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. 2015. С. 189-195.
118. Толстова Ю.Н., Воронина Н.Д. Расширение понятия социологического измерения и его использование для измерения социальной напряженности (часть 1) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2011. № 5 (105). С. 25-36.
119. Трещевский Ю.И., Степыгин Д.А. Виртуальная кластеризация российских регионов в сфере социальной ответственности бизнеса и государства // Регион: системы, экономика, управление. 2013. № 1 (20). С. 47-58.
120. Тучков Е.В. Социальная напряженность в регионах Центра России: механизмы диагностики и регулирования: автореферат дис. канд. социол. наук. Орел, 2000.
121. Ульянова И.А. Социальная напряженность в студенческом социуме: Опыт социологического исследования: автореферат дис. канд. социол. наук. Пенза, 2005.
122. Фестингер Л. [Festinger L.] Теория когнитивного диссонанса: пер. с англ. А. Анистратенко, И. Знаешева. СПб.: «Ювента», 1999. URL: http://www.books.sh/blib_109063.html (дата обращения: 8.10.2012).

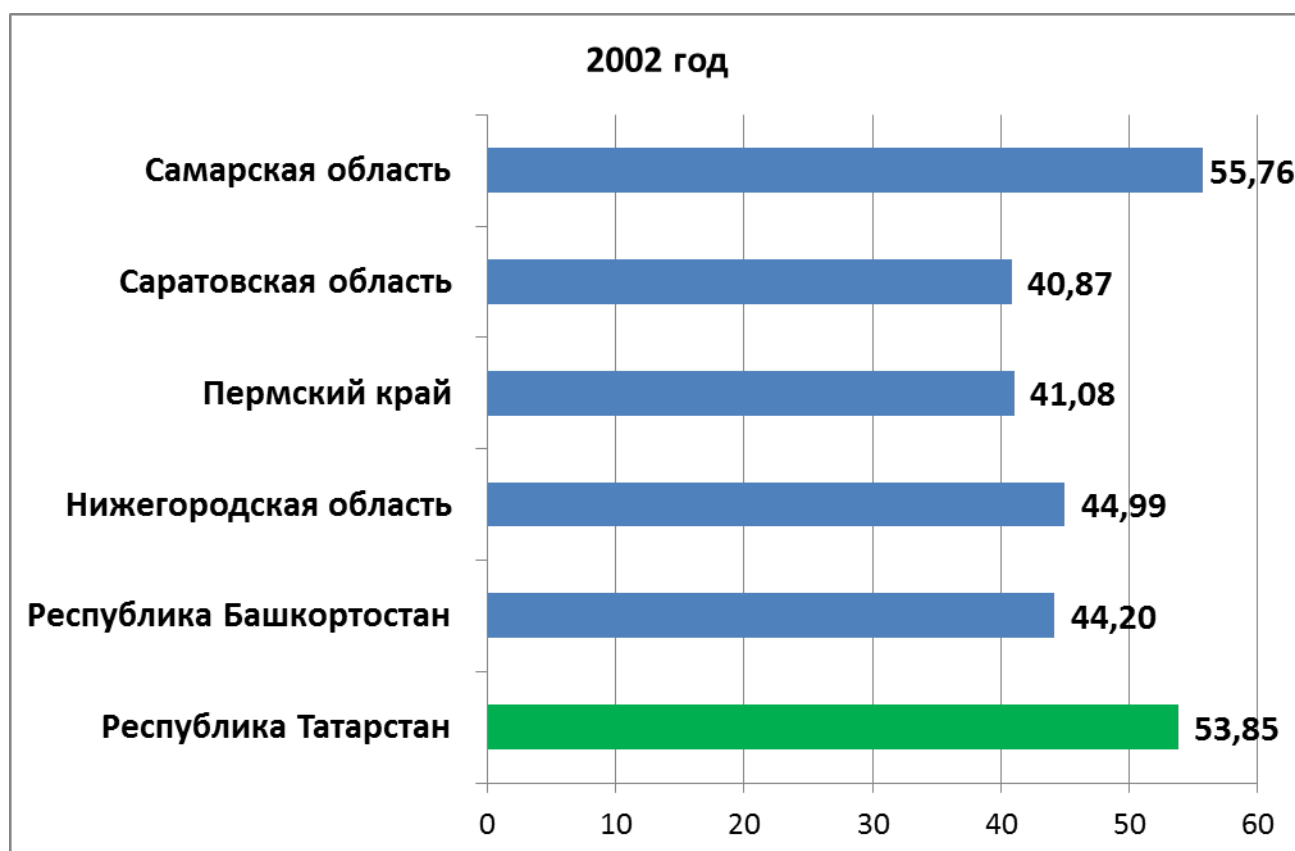
123. Фукуяма, Ф. [Fukuyama F.] Конец истории и последний человек / Ф. Фукуяма. ООО "Издательство АСТ: ЗАО НПП "Ермак", 2004. – 588 с.
124. Черная Д. Благотворительность в кризисе или кризис благотворительности? [Электронный ресурс] // Россия от А до Я. URL: http://www.a-z.ru/nkoinfo/period/vestnic_blag/gurnal/26_27.htm (дата обращения: 17.07.2009).
125. Шокола Я.В., Шраер А.В. Корпоративная социальная ответственность в системе социально-экономических отношений: генезис становления и развития // Актуальные проблемы экономики и управления. 2015. № 1 (5). С. 129-133.
126. Экономическая эффективность и социальная ответственность бизнеса неразделимы (интервью А.Н. Шохина) [Электронный ресурс] // Корпоративная социальная ответственность URL: <http://www.csrjournal.com/peoplecsr/1469-jekonomicheskaja-jeffektivnost-i-socialnaja.html> (дата обращения: 6.05.2009).
127. Якимец В.Н. Социальные инвестиции российского бизнеса: механизмы, примеры, проблемы, перспективы: Т. 18. М.: КомКнига, 2005. 184 с.
128. Якимец В.Н. Управление партнерскими программами в социальной сфере, ориентированной на результат // Социальное партнерство: социальная трансформация институтов и практик: сборник статей и материалов Международного казанского научного форума «Методология исследования конфликтов» (19-20 октября 2013 г., г. Казань) / под ред. А.Г. Большакова, С.Р. Ефимовой. - Казань: Казан. ун-т, 2014. - С. 30-47.
129. Якимец В.Н., Исаева Е.А. Рейтинги субъектов РФ по продвижению межсекторного социального партнерства.//Сб.статей. Куда пойдет Россия: новые возможности и ограничения современного развития. М. ИД Ключ-С, 2013, С.356 - 366.
130. Якимец В.Н. О развитии межсекторного социального партнерства в России: новые конструктивные механизмы, научные и практические задачи// Коллективная монография «Взаимодействие власти и гражданского общества в контексте трансформации российского общества: от конфронтации к партнерству» [ред. колл.: Л.И. Никовская (отв. ред.), Молокова М.А., В.Н. Якимец]. Курск-Москва: ИС РАН, 2014, сс. 225-242
131. Яровой А.И. Корпоративная социальная ответственность в современной России: опыт и перспективы развития: автореферат дис. канд. политич. наук. М., 2010.
132. Caroll A. Corporate Social Responsibility: Evolution of Definitional Construct // Business and Society. 1999. Vol. 38. N 3. P. 268-295. URL:

http://www.academia.edu/419517/Corporate_Social_Responsibility_Evolution_of_a_Definitional_Construct (дата обращения: 19.10.2015).

133. Muller A., Whiteman G. Exploring the geography of corporate philanthropic disaster response: a study of Fortune Global 500 firms // *Journal of Business Ethics*, 2009. №84. P. 589–603. URL: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10551-008-9710-7> (дата обращения: 14.01.2016).
134. Schwartz M., Carroll A. Corporate Social Responsibility: A Three Domain Approach // *Business Ethics Quarterly*. 2003. Vol. 13. N 4. P. 503-530. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.462.4956&rep=rep1&type=pdf> (дата обращения: 8.12.2015).
135. Steurer R. The role of governments in corporate social responsibility: Characterising public policies on CSR in Europe // *Policy Sciences*. 2010. Vol. 43. N 1. P. 49-72. URL: <http://link.springer.com/article/10.1007/s11077-009-9084-4> (дата обращения: 14.01.2016).

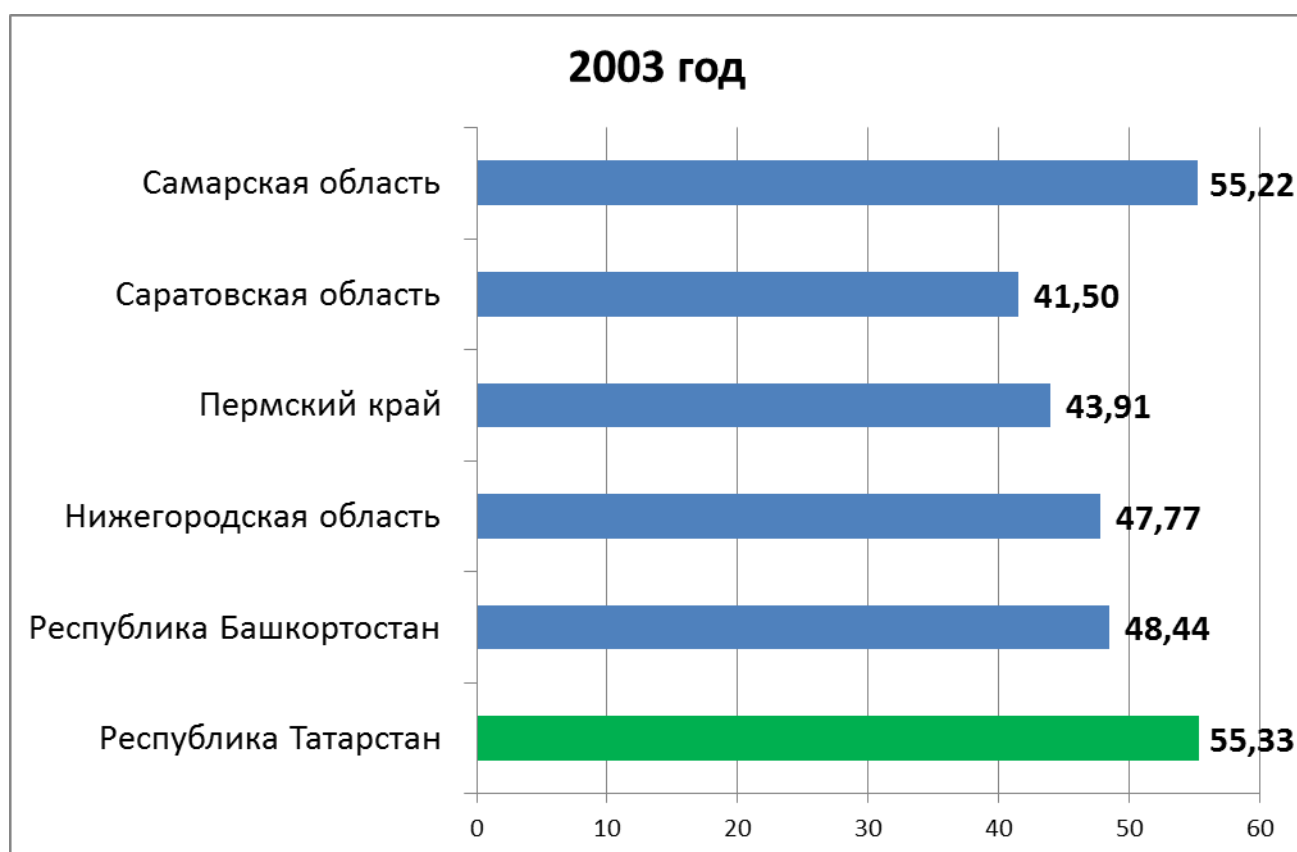
Уровень качества жизни ключевых регионов ПФО по методике оценки качества жизни в регионах России (А.С. Ахременко¹)

Регион	2002 год								
	Н	I	М	С	В	S	L	J	QL
Республика Татарстан	33,77	78,17	25	88,10	65,57	5,1	67,55	98,80	53,85
Республика Башкортостан	27,87	75,39	-2	87,40	74,91	6,193	66,08	98,30	44,20
Нижегородская область	33,03	70,95	2	86,40	65,75	4,378	64,45	99,20	44,99
Пермский край	32,53	71,02	-13	86,10	38,54	6,268	62,97	98,70	41,08
Саратовская область	31,90	55,71	10	86,60	73,69	4,264	65,8	98,30	40,87
Самарская область	35,13	82,46	14	91,60	56,34	7,095	65,5	98,40	55,76

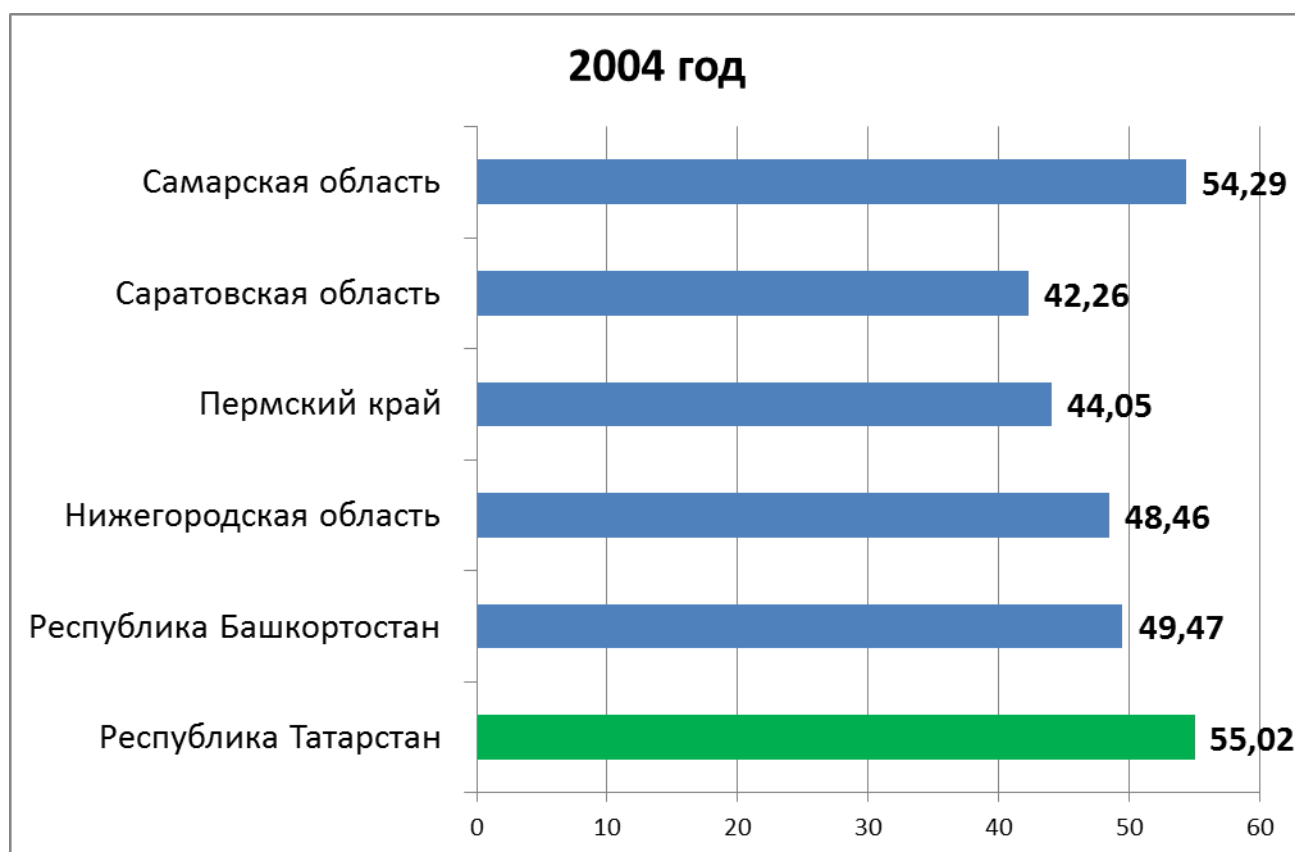


¹ Ахременко А. С. Стабильность политического и социального развития российских регионов: взгляд через призму проблемы качества жизни // URL: <http://www.opec.ru/1243239.html> (дата обращения: 18.08.2014).

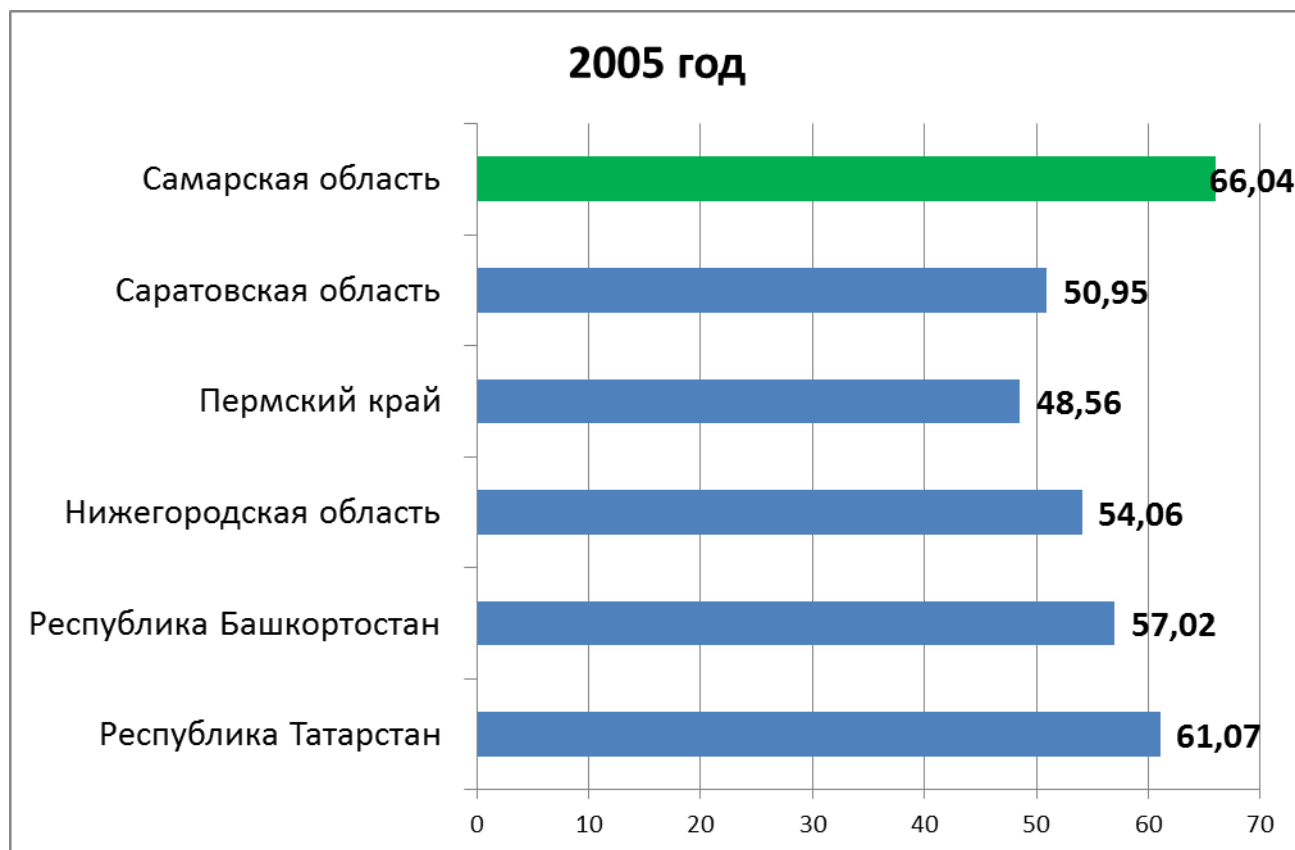
Регион	2003 год								
	Н	І	М	С	В	С	Л	Ј	QL
Республика Татарстан	34,23	94,38	24	89,20	64,14	6,98	67,6	98,70	55,33
Республика Башкортостан	28,07	93,57	0,04	87,80	69,11	8,378	66,08	98,60	48,44
Нижегородская область	33,27	74,48	6	86,50	55,99	5,496	63,64	99,30	47,77
Пермский край	32,77	78,12	-11	86,10	32,12	8,183	62	98,70	43,91
Саратовская область	32,37	64,82	4	86,30	69,35	5,461	65,32	98,60	41,50
Самарская область	35,47	99,39	10	91,00	53,13	9,353	65,47	98,50	55,22



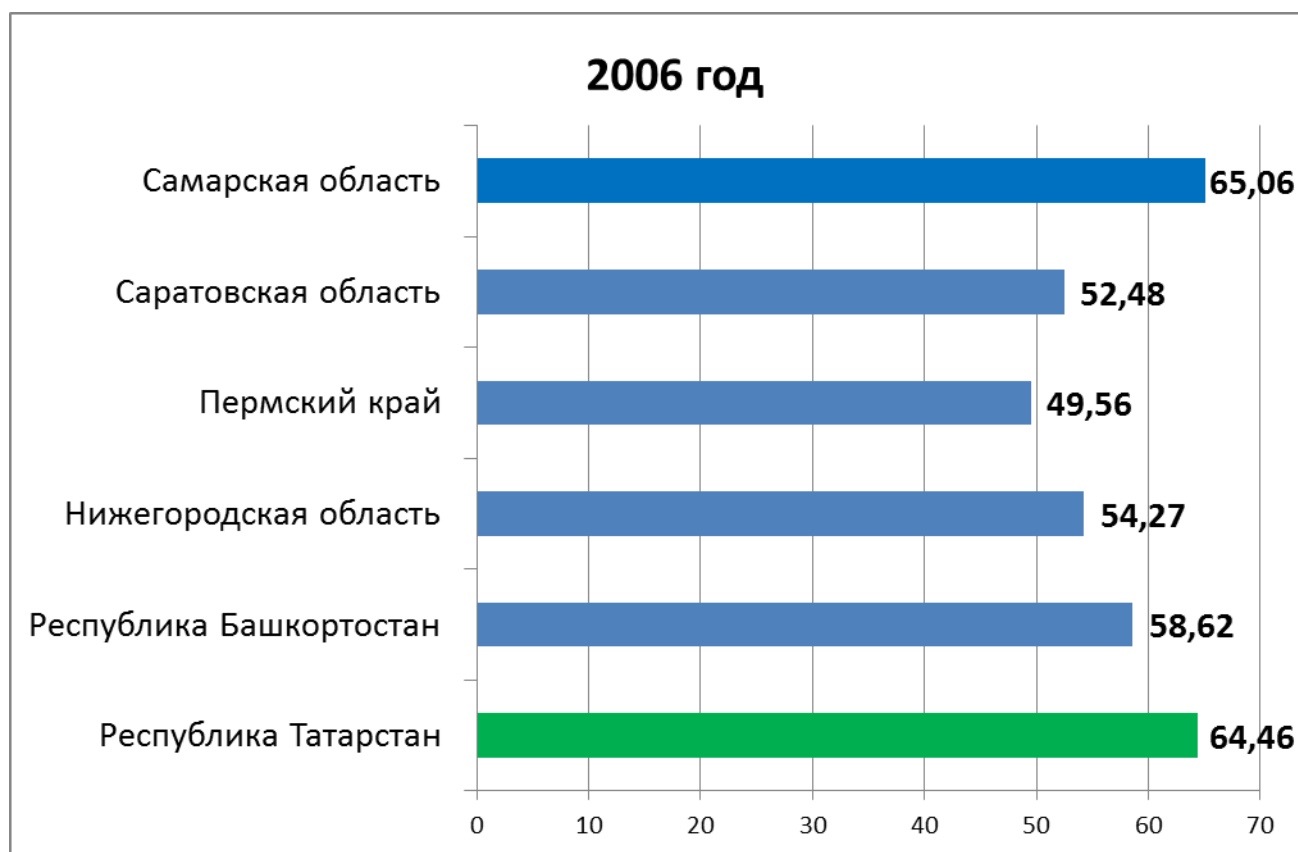
Регион	2004 год								
	Н	І	М	С	В	С	Л	Ј	QL
Республика Татарстан	34,37	105,54	22	88,80	59,35	9,70	67,65	98,50	55,02
Республика Башкортостан	28,20	100,22	-1	89,00	66,05	11,12	66,26	98,10	49,47
Нижегородская область	33,47	78,94	9	88,10	47,21	7,15	63,75	99,00	48,46
Пермский край	33,00	83,79	-14	88,10	28,62	10,45	62,51	98,60	44,05
Саратовская область	32,57	67,65	7	89,50	61,16	6,79	65,63	97,70	42,26
Самарская область	35,70	104,39	10	92,00	52,63	12,84	65,69	98,10	54,29



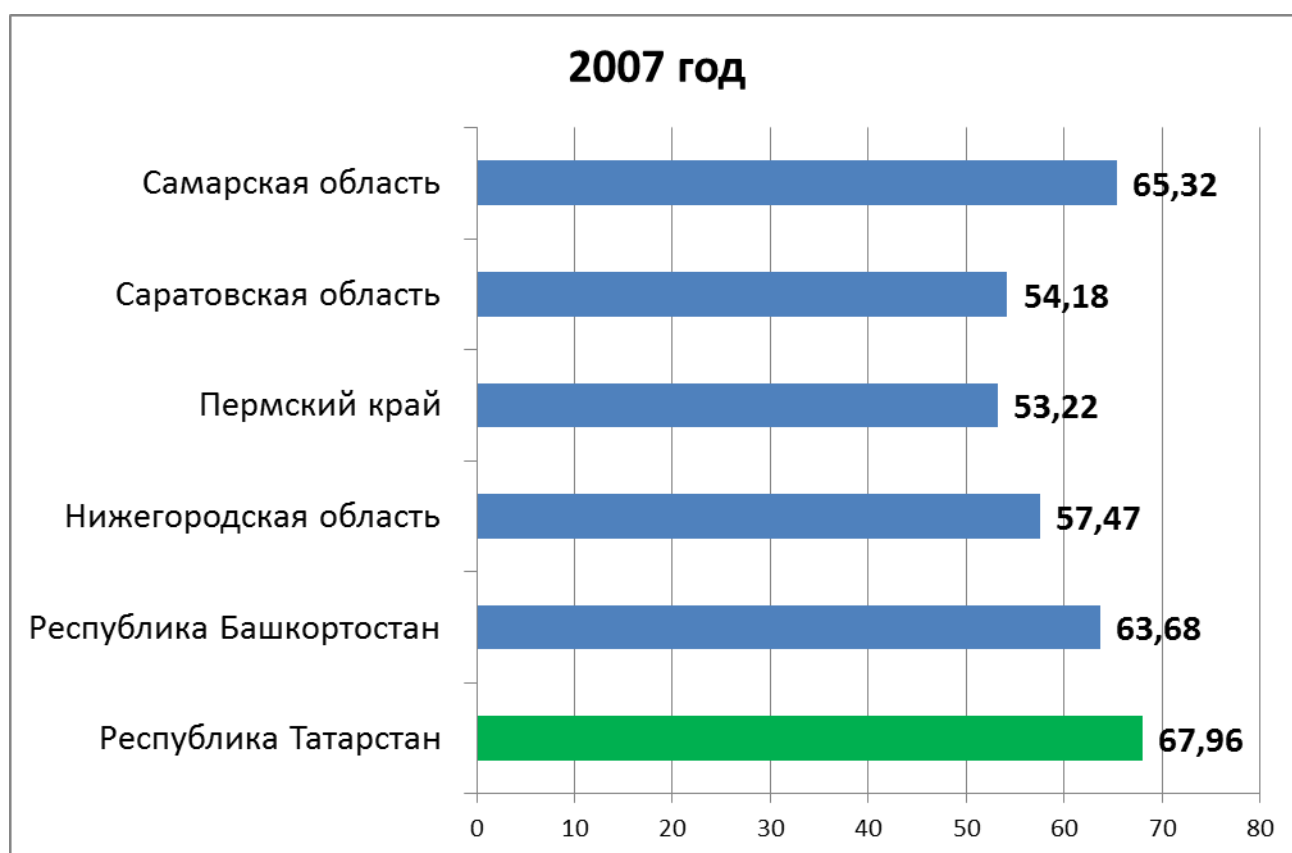
Регион	2005 год								
	Н	І	М	С	В	С	Л	Ј	QL
Республика Татарстан	34,70	118,11	22,00	92,00	40,82	14,59	67,95	98,40	61,07
Республика Башкортостан	28,53	116,91	-3,00	89,50	45,83	14,65	65,26	98,50	57,02
Нижегородская область	34,03	90,27	13,00	87,40	35,24	9,96	63,41	99,20	54,06
Пермский край	33,57	117,85	-49,00	88,90	22,07	14,38	62,32	98,40	48,56
Саратовская область	32,77	78,62	-16,00	90,90	48,26	8,83	65,90	98,30	50,95
Самарская область	35,90	115,95	65,00	91,80	39,23	16,29	65,85	98,30	66,04



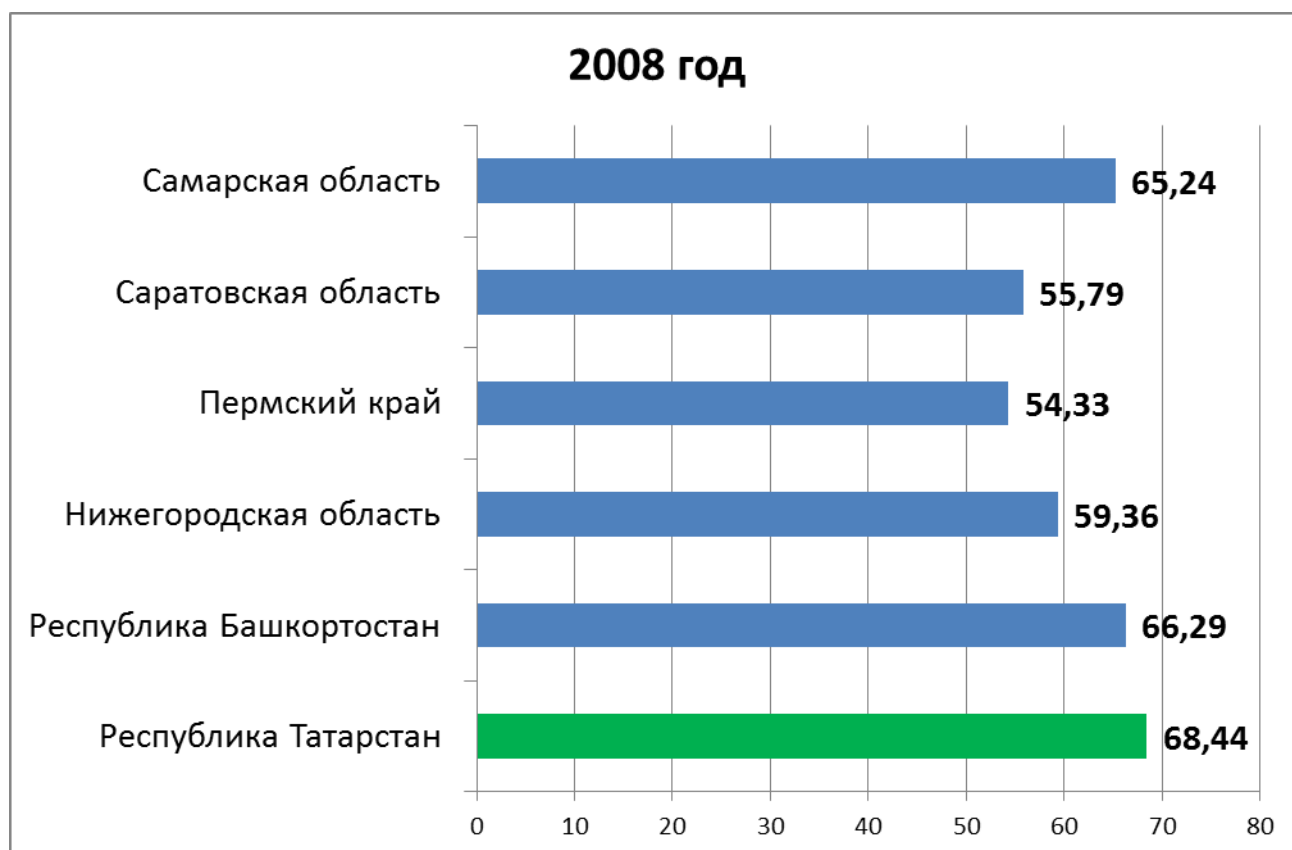
Регион	2006 год								
	Н	І	М	С	В	С	Л	Ј	QL
Республика Татарстан	34,87	131,07	36,00	91,80	35,79	18,50	69,04	98,60	64,46
Республика Башкортостан	28,97	127,90	-6,00	90,10	43,31	18,65	67,47	98,60	58,62
Нижегородская область	34,30	92,31	11,00	88,50	31,27	12,92	64,60	99,30	54,27
Пермский край	33,80	120,60	-46,00	88,40	19,98	17,07	63,99	98,60	49,56
Саратовская область	32,73	81,73	-8,00	90,90	45,87	10,82	67,37	98,40	52,48
Самарская область	36,17	125,01	50,00	92,70	30,85	20,47	66,57	98,70	65,06



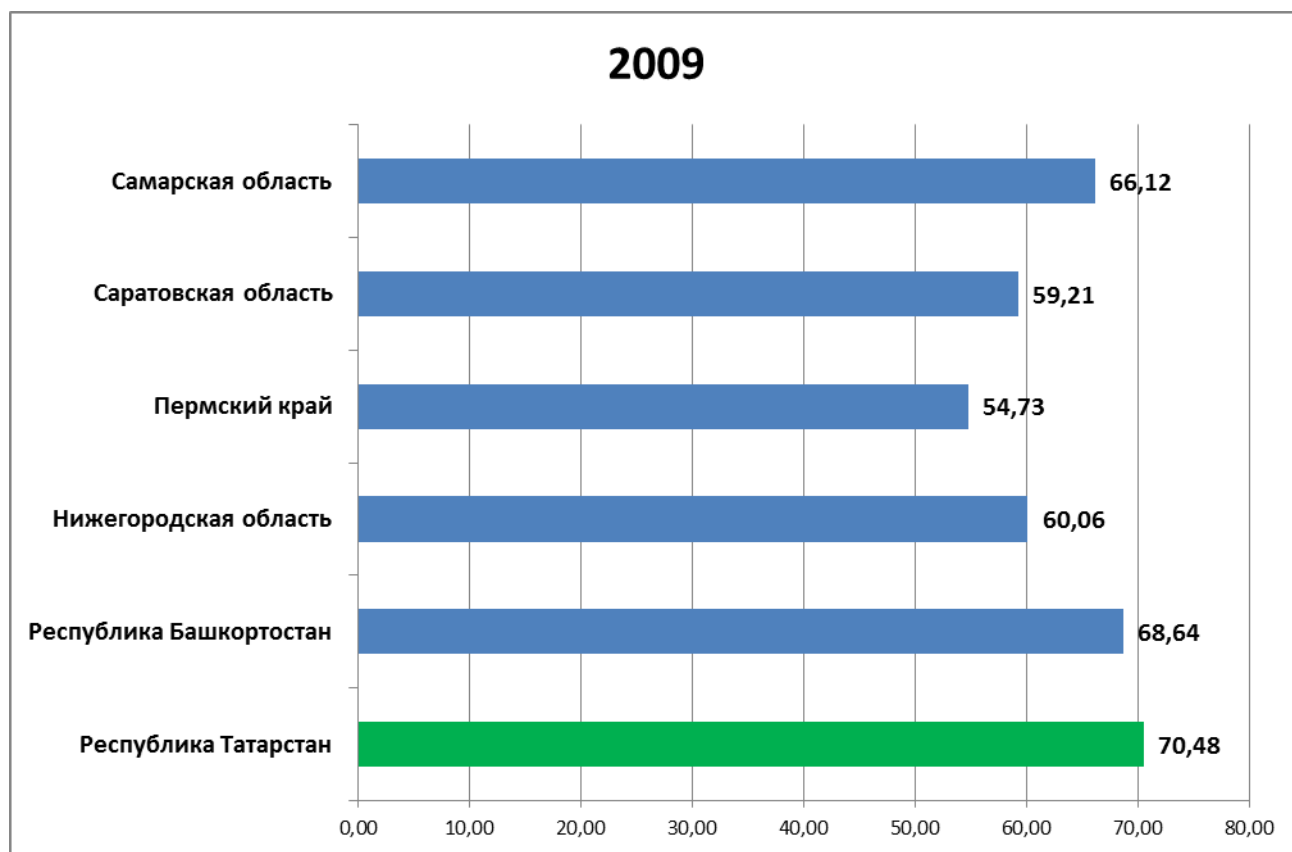
Регион	2007 год								
	Н	І	М	С	В	С	Л	Ј	QL
Республика Татарстан	35,37	145,88	31,00	92,20	46,34	24,79	69,44	98,70	67,96
Республика Башкортостан	29,30	140,37	13,00	91,10	45,50	23,78	67,81	98,60	63,68
Нижегородская область	34,77	101,05	21,00	90,30	31,83	15,83	65,58	99,40	57,47
Пермский край	34,03	125,43	-30,00	88,70	22,89	20,98	65,23	98,50	53,22
Саратовская область	33,23	80,03	-3,00	91,30	52,22	13,16	68,01	98,50	54,18
Самарская область	36,37	133,03	36,00	93,10	33,00	25,36	67,19	98,50	65,32



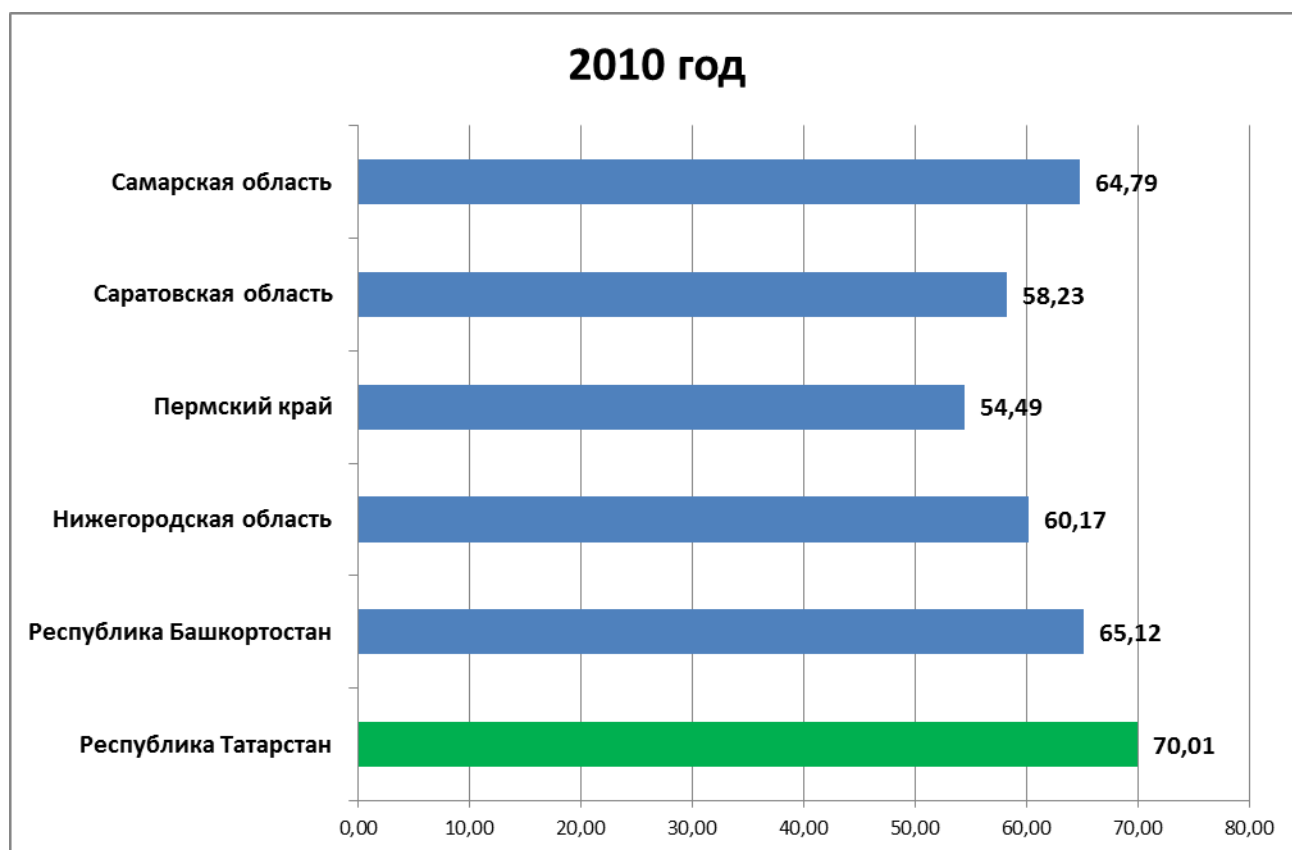
Регион	2008 год								
	Н	І	М	С	В	С	Л	Ј	QL
Республика Татарстан	35,73	141,15	30,00	94,00	46,45	31,43	70,05	98,70	68,44
Республика Башкортостан	29,67	145,03	14,00	92,10	52,06	31,40	67,60	98,50	66,29
Нижегородская область	34,93	104,51	20,00	91,70	38,27	20,13	66,10	99,20	59,36
Пермский край	34,33	118,73	-25,00	89,90	27,31	25,73	65,73	97,90	54,33
Саратовская область	33,47	85,18	-5,00	93,10	56,63	15,98	68,39	98,60	55,79
Самарская область	36,67	120,23	40,00	93,30	35,84	29,67	67,51	98,70	65,24



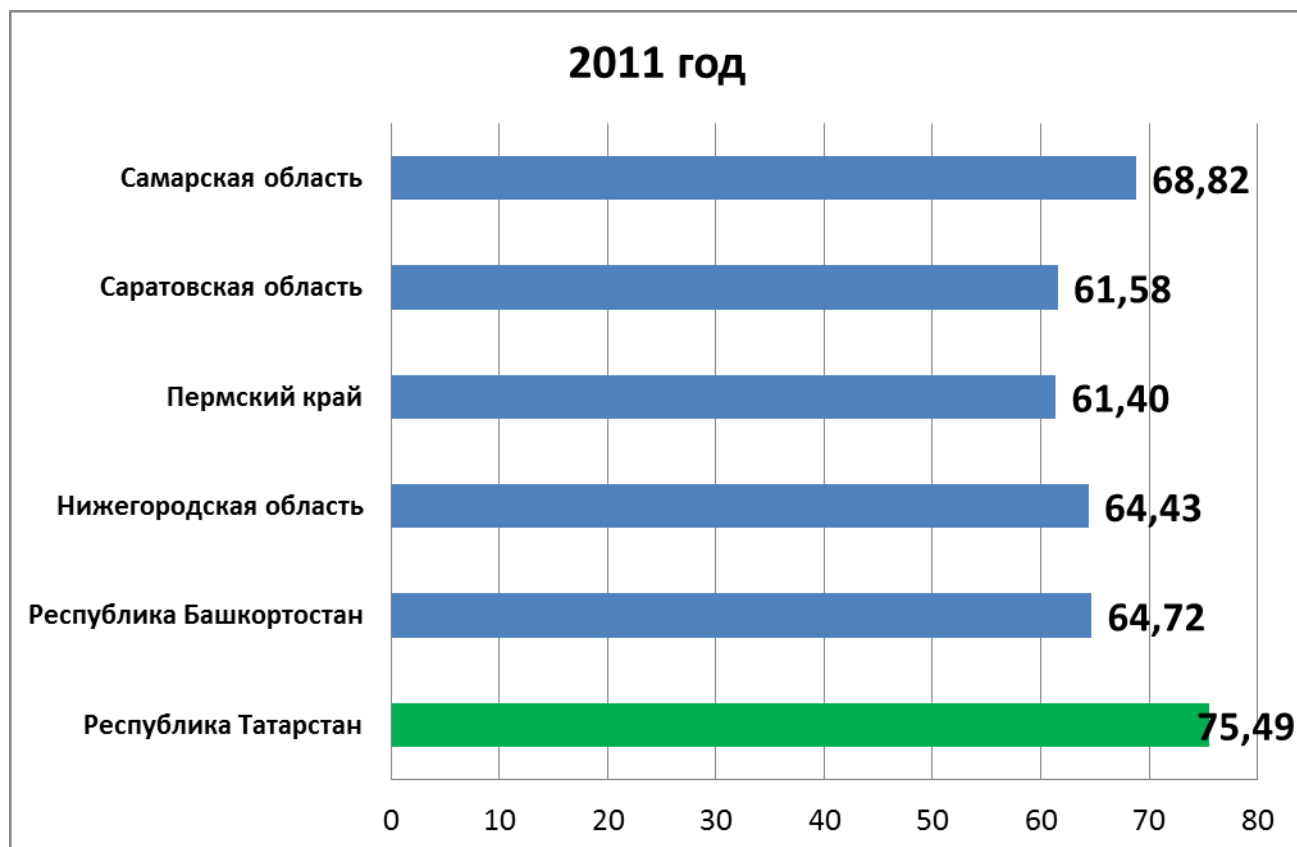
Регион	2009 год								
	Н	І	М	С	В	С	Л	Ј	QL
Республика Татарстан	36,10	144,95	32	94,10	53,50	35,18	70,82	97,20	70,48
Республика Башкортостан	29,73	159,33	17	93,00	53,85	35,24	63,10	97,90	68,64
Нижегородская область	35,30	112,95	15	91,40	37,17	23,63	67,06	98,00	60,06
Пермский край	34,53	116,06	-27	91,50	30,08	29,60	66,56	96,50	54,73
Саратовская область	33,67	96,31	5	93,20	60,35	18,09	69,10	98,00	59,21
Самарская область	36,93	129,83	31	92,80	40,44	33,05	68,20	96,70	66,12



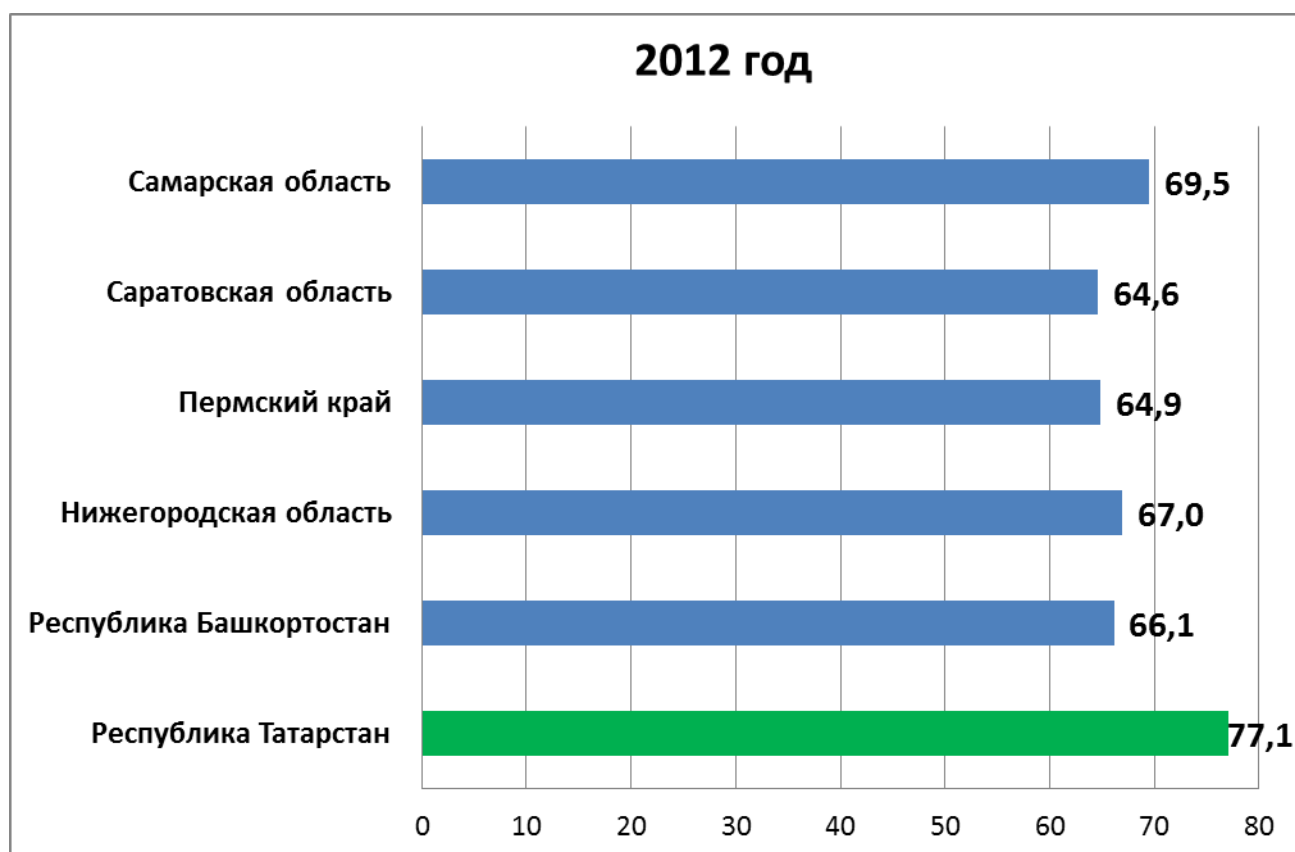
Регион	2010 год								
	Н	І	М	С	В	С	Л	Ј	QL
Республика Татарстан	36,60	145,0	10	94,40	64,43	40,71	70,82	98,10	70,01
Республика Башкортостан	29,97	143,2	2	93,10	56,31	35,31	63,1	98,00	65,12
Нижегородская область	35,47	109,1	11	92,10	41,14	26,75	67,06	98,80	60,17
Пермский край	34,77	120,8	-46	91,90	35,97	34,33	66,56	97,60	54,49
Саратовская область	34,27	97,6	-15	94,00	65,96	21,28	69,1	98,60	58,23
Самарская область	37,17	120,0	19	93,60	47,48	34,82	68,2	98,00	64,79



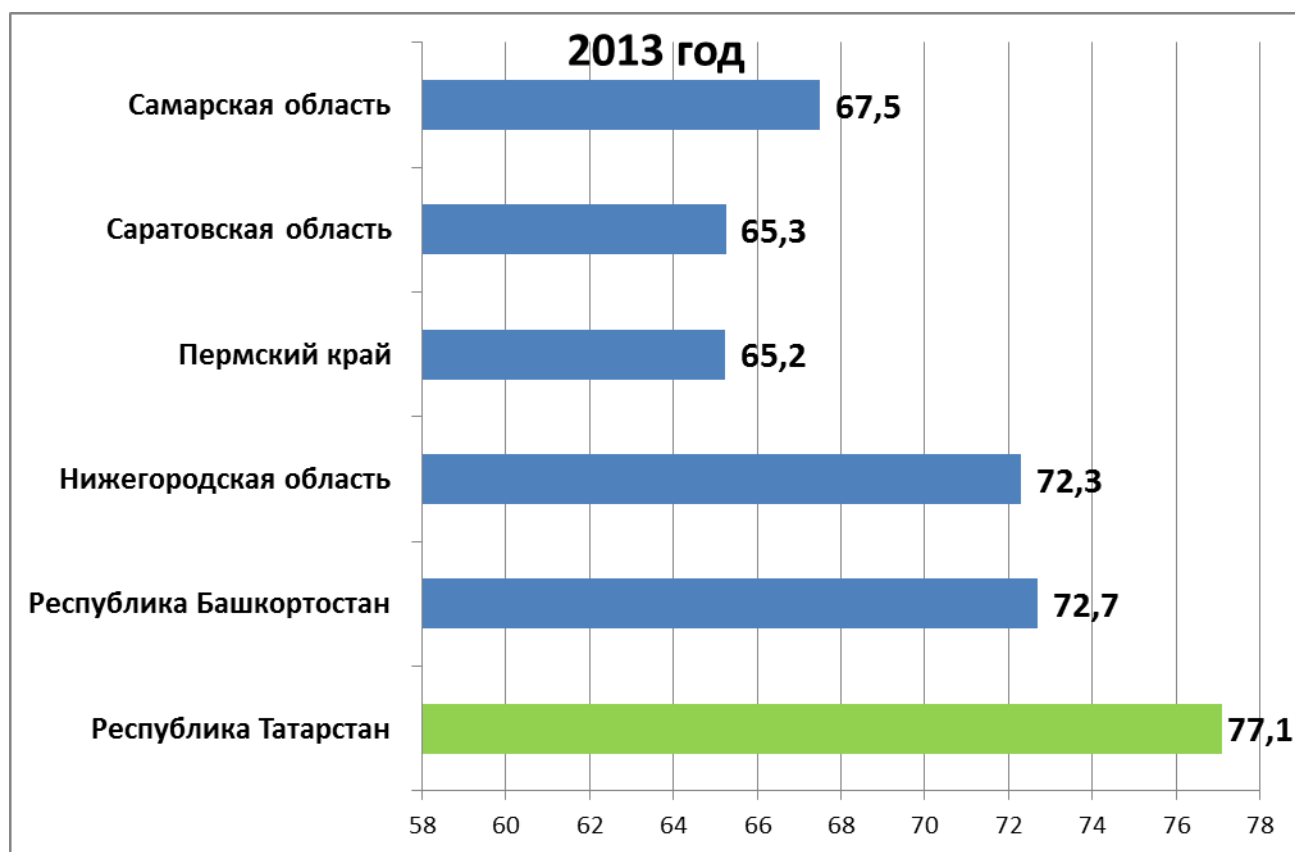
Регион	2011 год								
	Н	І	М	С	В	С	Л	Ј	QL
Республика Татарстан	37,1	154,9	32	95	68,6	46,44	71,3	98,6	75,49
Республика Башкортостан	30,2	150,7	-23	93,3	59,4	39,48	69,04	98,6	64,72
Нижегородская область	35,6	117,6	21	93	50,3	30,29	68,48	99,1	64,43
Пермский край	34,9	116,9	-3	92,6	45,1	39,09	67,52	98,1	61,40
Саратовская область	34,6	96,6	-4	94,2	76,8	25,89	69,86	98,7	61,58
Самарская область	37,4	136,6	26	93,6	51,5	37,93	69,02	98,6	68,82



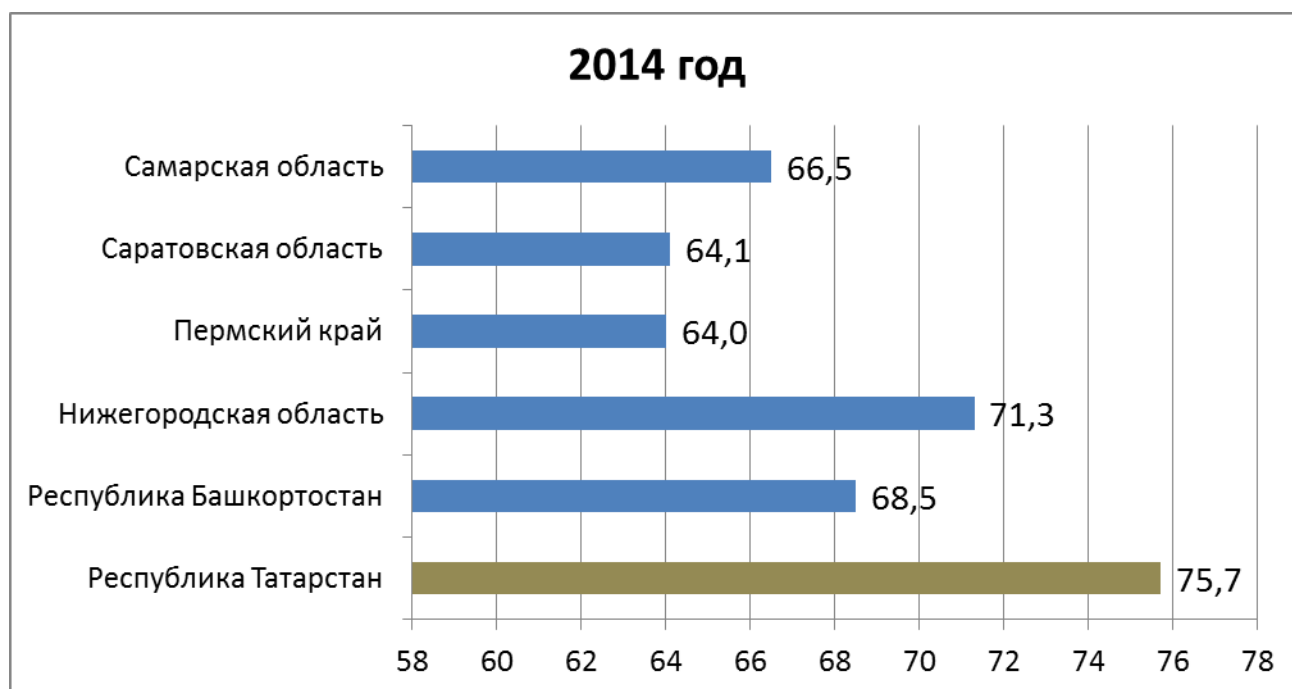
Регион	2012 год								
	Н	І	М	С	В	С	Л	Ј	QL
Республика Татарстан	37,4	165,0	26	93,6	73,9	50,13	71,8	98,9	77,1
Республика Башкортостан	30,5	154,4	-22	92,1	62,1	44,05	69,32	98,7	66,1
Нижегородская область	36,0	125,3	21	91,2	59,7	34,20	68,98	99,4	67,0
Пермский край	35,1	135,1	7	91,5	41,0	42,71	68,28	98,5	64,9
Саратовская область	34,8	98,3	7	93	87,3	27,28	70,27	98,9	64,6
Самарская область	37,5	148,7	16	93	53,1	39,00	69,65	99,0	69,5



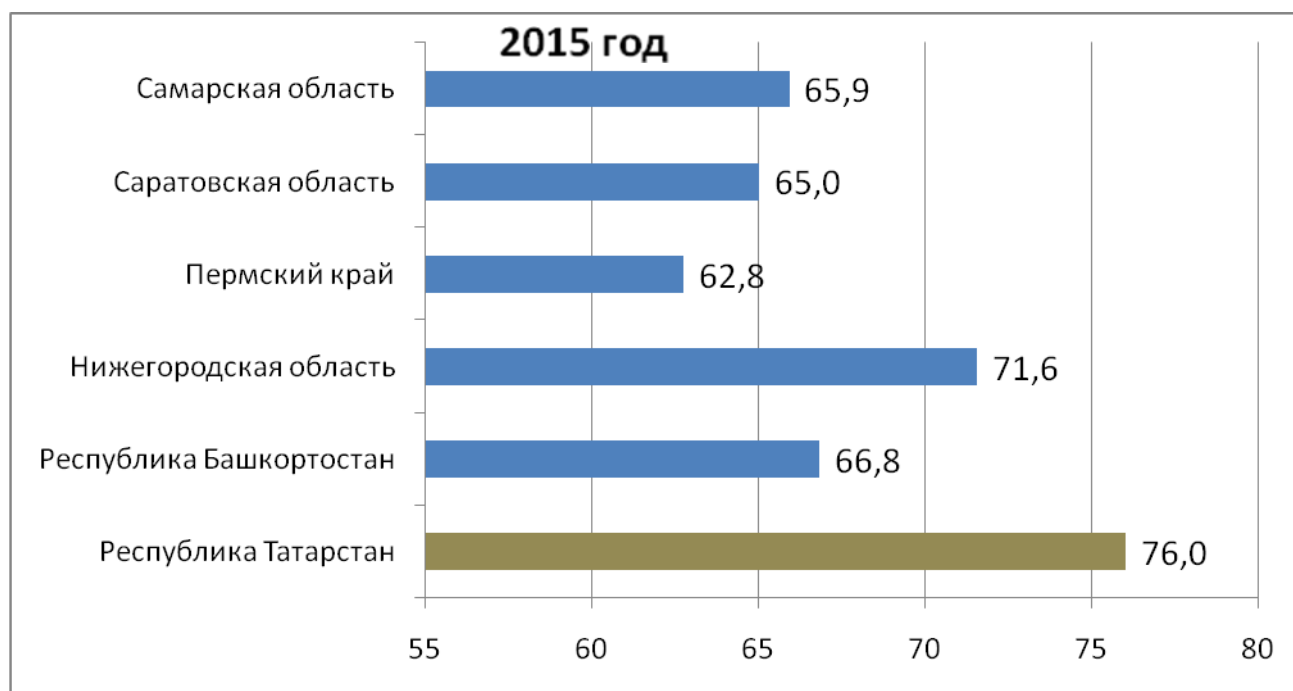
Регион	2013 год								
	Н	І	М	С	В	С	Л	Ј	QL
Республика Татарстан	37,7	161,0	15	93,00	83,2	55,4	72,1	99,1	77,1
Республика Башкортостан	30,7	157,0	7	92,30	77,6	48,4	69,6	98,8	72,7
Нижегородская область	36,3	154,0	15	91,60	69,7	42,8	69,4	99,5	72,3
Пермский край	34,8	134,5	0,1	91,60	46,5	47,2	68,8	98,5	65,2
Саратовская область	35,1	103,2	2	93,20	88,3	30,5	70,7	99,1	65,3
Самарская область	38,0	123,7	13	92,90	61,7	42,3	69,4	99,1	67,5



Регион	2014 год								
	Н	І	М	С	В	С	Л	Ј	QL
Республика Татарстан	38,0	145	15	92,98	85,9	57,1	72,17	99,3	75,7
Республика Башкортостан	30,9	122,4	7	92,4	76,6	50,29	69,76	98,8	68,5
Нижегородская область	36,9	128,1	15	92,2	85	44,13	69,53	99,5	71,3
Пермский край	35,8	118,3	0,1	92,5	50,8	46,65	69,04	98,5	64,0
Саратовская область	35,6	89,9	2	92,8	91,7	31,06	70,95	99,1	64,1
Самарская область	38,6	112,4	13	93,6	63,3	42,72	69,63	99	66,5



Регион	2015 год								
	Н	І	М	С	В	С	Л	Ј	QL
Республика Татарстан	38,2	156,8	9	93,9	74,1	64,14	72,81	99,2	76,0
Республика Башкортостан	35,2	138,9	-15	92,6	57,4	56,88	70,08	98,7	66,8
Нижегородская область	37,4	144	2	93,1	79,3	47,15	70,17	99,4	71,6
Пермский край	36,2	123,8	-15	94,1	45,3	50,56	69,09	98,1	62,8
Саратовская область	36,1	99,4	5	93,1	83,7	32,53	71,4	98,9	65,0
Самарская область	38,7	118,9	-6	94,4	65	47,4	70,35	98,7	65,9



Приложение 2

АНКЕТА

для опроса руководителей предприятий и организаций. Цель опроса – выяснить, как современный бизнес участвует в жизни местного сообщества. Ваши суждения и оценки будут проанализированные в обобщенном виде вместе с экспертными мнениями и оценками руководителей.

1. Какую должность Вы занимаете на этом предприятии/организации?

- а. Владелец бизнеса / Генеральный директор / Исполнительный директор / Член совета директоров
- б. Руководитель кадровой службы / Директор по кадрам/кадровой политике
- в. Первый заместитель генерального директора
- г. Заместитель генерального директора по экономике, финансам
- д. Другая должность

2. Сколько лет Вы работаете в этой должности на этом предприятии/организации?

- а. 0-1
- б. 2-5
- в. 6-10
- г. Более 10

3. Как вы относитесь к тому, что бизнес-структуры периодически оказывают помощь детским домам, приютам, школам, музеям, общественным организациям?

- а. Положительно
- б. Скорее положительно
- в. Скорее отрицательно
- г. Отрицательно
- д. Затрудняюсь ответить

4. Как вы относитесь к тому, что бизнес-структуры периодически оказывают помощь детским домам, приютам, школам, музеям, общественным организациям?

- а. В целом положительно
- б. В целом отрицательно
- в. Затрудняюсь ответить

5. Одни люди одобряют подобную (благотворительную) деятельность компаний и считают, что бизнес-структуры должны помогать обществу. Другие не одобряют и считают, что деньги лучше тратить на сотрудников и их семьи. С какой точкой зрения вы согласны в большей степени?

- а. Бизнес-структуры должны помогать обществу
- б. Деньги лучше тратить на сотрудников
- в. Затрудняюсь ответить

6. Одни люди считают, что бизнес-компании и известные люди помогают нуждающимся в первую очередь для того, чтобы завоевать популярность, рекламировать себя. Другие считают, что благотворители в первую очередь хотят помочь тем, кто нуждается в помощи. С какой точкой зрения вы согласны?

- а. Бизнес-структуры, в первую очередь, рекламируются
- б. Бизнес-структуры, в первую очередь, хотят помогать нуждающимся
- в. Затрудняюсь ответить

7. На ваш взгляд, в последнее время компаний и известных людей, занимающихся помощью нуждающимся, становится больше или меньше?

- а. Больше
- б. Их число не меняется
- в. Меньше
- г. Затрудняюсь ответить

8. Реализуются ли в вашей компании меры дополнительной поддержки сотрудников (социальной поддержки, мотивации, оздоровления)?

- а. Да, уже несколько лет
- б. Да, с недавнего времени (год и менее)
- в. Да, готовим и планируем внедрить
- г. Нет
- д. Затрудняюсь ответить

9. Оказывает ли ваша компания помощь детским домам, приютам, школам, музеям, общественным организациям?

- а. Оказывает
- б. Оказывала, но в недавнее время прекратила
- в. Не оказывает
- г. Затрудняюсь ответить

10. Если ваша бизнес-структура в последнее время перестала этим заниматься, то что заставило отказаться от помощи, которой ваша бизнес-структура занималась?

- а. Плохая/нестабильная финансовая ситуация в нашей бизнес-структуре
- б. Утрата доверия к организации (человеку), которым помогали
- в. Не сложился диалог с органами власти
- г. Негативный опыт бизнес-партнеров
- д. Недостаточная эффективность от освещения в средства массовой информации (СМИ)
- е. Другое
- ж. Затрудняюсь ответить

11. Как обычно Ваша компания оказывает помощь?

- а. Это разовая помощь
- б. Это периодическая работа по запросу (по мере появления повода)
- в. Это системная, постоянная (плановая) работа

12. Когда Ваша компания впервые оказала помощь?

- а. В этом году
- б. От 1 года до 3 лет
- в. От 3 до 5 лет
- г. От 5 до 10 лет
- д. Более 10 лет
- е. Затрудняюсь ответить

13. Как давно ваша компания занимается этим?

- а. В этом году
- б. От 1 года до 3 лет
- в. От 3 до 5 лет
- г. От 5 до 10 лет
- д. Более 10 лет
- е. Затрудняюсь ответить

14. Кто обычно курирует эту работу в вашей компании?

- а. В зависимости от ситуации (кому поручить руководство)
- б. Специально созданная комиссия (комитет, рабочая группа)
- в. Отдел кадров
- г. Отдел внешних связей (по связям с общественностью)
- д. Организационный отдел
- е. У нас есть специальный человек (отдел), в чьи функции входят эти

обязанности
ж. Затрудняюсь ответить

15. Известно ли вам, что побудило вашу компанию начать оказывать благотворительную помощь?

- а. Появление четкого представления, что это действительно необходимо (как элемент успешного бизнеса)
- б. Улучшение финансовой ситуации в компании
- в. Появление интересного проекта/идеи, на которую просили помощь
- г. Обращение авторитетной известной организации (человека)
- д. Обращение некоммерческой (благотворительной) организации
- е. Обращение физического лица (неизвестного вам)
- ж. Решение руководства компании
- з. Решение трудового коллектива
- и. Ожидания потребителей / клиентов
- к. Получение гарантий от местных властей не вмешиваться в социальные проекты, реализуемые компанией
- л. Настоятельная просьба «сверху» (Установка (указание) органов власти)
- м. Эффект для бизнеса от освещения подобных практик в средствах массовой информации (СМИ)
- н. Стандарты (условия) потенциальных инвесторов
- о. Совет (рекомендация) коллег / бизнес-партнеров
- п. Другое (что именно)
- р. Затрудняюсь ответить

16. Если компания начала помогать нуждающимся по совету (рекомендации) бизнес партнеров, то что, по вашему мнению, стало определяющим?

- а. Их успешный опыт благотворительной деятельности
- б. Уровень доверия к партнерам

17. В какой форме ваша компания оказывала помощь нуждающимся?

- а. Жертвовала деньги (безвозмездно)
- б. Передавала нуждающимся оборудование, канцелярские товары
- в. Помогала персоналом на добровольных началах (труд волонтеров)
- г. Помогала тем, кто в этом нуждается, консультациями, советами
- д. Принимала участие в организации благотворительных акций
- е. В другой форме (какой именно)
- ж. Затрудняюсь ответить

18. Как вы думаете, ваша компания будет готова расширить эту практику

при условии того, что...

- а. Сформируется четкое представление, что это действительно необходимо
- б. Будет указание вышестоящего руководства (собственников, учредителей)
- в. Появится интерес у коллектива
- г. Этим больше станут заниматься другие компании, бизнес-партнеры
- д. Этого захотят потребители/клиенты
- е. Этого потребуют стандарты (условия) потенциальных инвесторов
- ж. Будет установка (указание) органов власти
- з. Потребуется увеличить PR-эффект от освещения деятельности компании в средствах массовой информации
- и. Обратятся некоммерческие (благотворительные) организации
- к. Обратится известная авторитетная организация (человек)
- л. Обратится физическое лицо (неизвестное вам)
- м. Наступит улучшение финансовой ситуации в нашей компании
- н. Понравится (заинтересует) сам проект (идея), на которую просят помощь
- о. Будут даны гарантии местных властей не вмешиваться в реализуемый социальный проект

19. Если ваша компания не оказывает помощь нуждающимся, то что мешает сейчас оказывать помощь тем, кто в ней нуждается?

- а. Отсутствие четкого представления, что это действительно необходимо
- б. Плохая/нестабильная финансовая ситуация в компании
- в. Не нравятся проекты (идеи), на которые просят помощь
- г. Не внушают доверия организации (люди), обращающиеся за помощью
- д. Руководство компании настроено против
- е. Трудовой коллектив настроен против
- ж. Нет запроса со стороны потребителей / клиентов
- з. Не были получены гарантии от местных властей не вмешиваться в социальные проекты, реализуемые компанией
- и. Не было соответствующей установки/указания от органов власти
- к. Незначительность эффекта для бизнеса от освещения подобных практик в средствах массовой информации
- л. Отсутствие требований со стороны потенциальных инвесторов
- м. Отсутствие интереса к благотворительности у коллег / бизнес-партнеров
- н. Отсутствие возможности заниматься самим и отсутствие профессиональных НКО в этой сфере

- о. Другое
- п. Затрудняюсь ответить

20. Как вы думаете - что из перечисленного сможет побудить вашу компанию оказывать благотворительную помощь нуждающимся?

- а. Сформируется четкое представление, что это действительно необходимо
- б. Будет указание вышестоящего руководства (собственников, учредителей)
- в. Появится интерес у коллектива
- г. Этим больше станут заниматься другие компании, бизнес-партнеры
- д. Этого захотят потребители/клиенты
- е. Этого потребуют стандарты (условия) потенциальных инвесторов
- ж. Будет установка (указание) органов власти
- з. Потребуется увеличить PR-эффект от освещения деятельности компании в средствах массовой информации
- и. Обратятся некоммерческие (благотворительные) организации
- к. Обратится известная авторитетная организация (человек)
- л. Обратится физическое лицо (неизвестное вам)
- м. Наступит улучшение финансовой ситуации в нашей компании
- н. Понравится (заинтересует) сам проект (идея), на которую просят помощь
- о. Будут даны гарантии местных властей не вмешиваться в реализуемый социальный проект

21. В какой форме ваша компания готова в дальнейшем оказывать помощь нуждающимся?

- а. Жертвовать деньги (безвозмездно)
- б. Передавать нуждающимся оборудование, канцелярские товары
- в. Помогать персоналом на добровольных началах (труд волонтеров)
- г. Помогать тем, кто в этом нуждается, консультациями, советами
- д. Принимать участие в организации благотворительных акций
- е. В другой форме
- ж. Затрудняюсь ответить
- з. Не готовы оказывать помощь нуждающимся

22. Может ли дополнительная помощь бизнеса повлиять на ситуацию в вашем городе (районе)?

- а. Однозначно может
- б. Скорее может
- в. Скорее не может
- г. Точно не может
- д. Затрудняюсь ответить

23. В какой из сфер это влияние будет наиболее заметно?

- а. Помощь социально незащищенным категориям
- б. В сфере культуры
- в. В сфере образования
- г. В спорте
- д. Улучшение состояния здоровья жителей
- е. Межнациональных отношений
- ж. Уровень доходов населения
- з. Безработица
- и. Безопасность
- к. Другое
- л. Затрудняюсь ответить

24. Как вы думаете – будут ли влиять изменения в одной из этих сфер на деятельность вашей компании?

- а. Да, однозначно будут
- б. Возможно будут, возможно нет
- в. Не будут
- г. Затрудняюсь ответить

25. Какова организационно-правовая форма Вашего предприятия/организации?

- а. Государственное/муниципальное предприятие (ГУП и т.д.)
- б. Производственный кооператив, товарищество любой формы (ООО и т.п.)
- в. Закрытое акционерное общество (ЗАО)
- г. Открытое акционерное общество (ОАО)
- д. Индивидуальное (семейное), частное предприятие
- е. Другая

26. К какой отрасли экономики относится Ваше предприятие/организация?

- а. Сельское или лесное хозяйство
- б. Промышленное производство (переработка)
- в. Строительство

- г. Транспорт
- д. Связь и информационные технологии
- е. Образовательные услуги
- ж. Здравоохранение
- з. Сфера услуг
- и. Торговля
- к. Другое

27. Численность занятых на предприятии

- а. 1-10
- б. 11-50
- в. Более 50

28. Оцените, пожалуйста, финансовое состояние компании

- а. Стабильное
- б. Скорее стабильное
- в. Среднее
- г. Скорее нестабильное
- д. Нестабильное
- е. Затрудняюсь ответить

29. Существует ли план развития вашей компании?

- а. Да, вплоть до долгосрочного периода (5-10 лет)
- б. Да, только на среднесрочный (3-5 лет)
- в. Да, только на краткий срок (до 3 лет)
- г. Нет
- д. Не знаю

30. Укажите ваш пол

- а. Мужской
- б. Женский

31. Возраст

- а. 20-24
- б. 25-34
- в. 35-44
- г. 45-54
- д. 55-77

