

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

На правах рукописи

МАКАРЕВИЧ АННА НИКОЛАЕВНА

**СОЦИАЛИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР
ПРИ ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИИ СФЕР ОТВЕТСТВЕННОСТИ
В ПРОЦЕССЕ ТРАНСФОРМАЦИИ СУБЪЕКТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(экономика предпринимательства)

Диссертация на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Научный консультант:
д.э.н., профессор
Н.В. Войтоловский

Санкт-Петербург – 2022

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1 ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ	18
1.1 Теоретические аспекты эволюции хозяйственного миропорядка	18
1.2 Специфика научной мысли в сфере экономики предпринимательства	31
1.3 Закономерности и тенденции развития предпринимательства в условиях сервисизации и формирования социально-ориентированной рыночной экономики в России.....	49
ГЛАВА 2 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЫ В УСЛОВИЯХ РАСШИРЕНИЯ СФЕРЫ СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ УСЛУГ	79
2.1 Предпосылки приоритетного развития сферы услуг.....	79
2.2 Социально значимые услуги: понятие, признаки и классификация	96
2.3 Институциональные факторы формирования социализированной предпринимательской среды.....	118
ГЛАВА 3 ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СУБЪЕКТОВ И СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ПАРАДИГМЕ ГУМАНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ	128
3.1 Система гуманистического развития экономических отношений.....	128
3.2 Социальная ответственность бизнеса: российская практика	162
3.3 Интенсификация социализации предпринимательских структур: от социальной ответственности к социальному предпринимательству	175
ГЛАВА 4 СУБЪЕКТНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КАК ИНСТИТУТ СБЛИЖЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И ЧАСТНЫХ ИНТЕРЕСОВ	193
4.1 Научно-методические основы формирования механизма взаимодействия властных и предпринимательских структур в условиях их социализации.....	193
4.2 Методика выявления факторов и полей субъектного взаимодействия	204
4.3 Переход от двухстороннего к трехстороннему перекрестному взаимодействию: области перераспределения ответственности субъектов.....	235
ГЛАВА 5 КОНЦЕПЦИЯ СОЦИАЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ	246
5.1 Тенденции развития социализированных предпринимательских структур	246
5.2 Концептуализация процесса социализации предпринимательства.....	257
5.3 Перспективы реализации концепции социализации предпринимательства	286
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	299
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	306
Приложение А	343
Приложение Б	348
Приложение В	352
Приложение Г	353
Приложение Д	374
Приложение Е	377
Приложение Ж	381
Приложение З	388

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы диссертационного исследования. Становление в России начала XXI века научной парадигмы социально-ориентированной рыночной экономики обусловило формирование новой модели социально-экономического развития, предполагающей практику хозяйствования, при которой хозяйствующие субъекты уравнивают значимость достижения в ходе принятия управленческих решений не только экономические показатели, но и социальные, экологические показатели. В этой связи формирование и развитие социально-ориентированной рыночной экономики (СОРЭ) в России предопределяет создание соответствующих нормативно-правовых и социально-экономических условий. Основопологающим аспектом новой модели социально-экономического развития представляется экспансия социальной составляющей хозяйственной деятельности субъектов, обеспечивая не только стабильность и долгосрочность развития, но и неизбежность подчинения целей деятельности хозяйствующих субъектов задачам достижения роста благосостояния и социальной стабильности в гражданском обществе. Так, происходящие современные трансформационные процессы требуют переосмысления в рамках теоретических и прикладных научных разработок.

Социальный вектор стратегии развития отечественной экономики на федеральном уровне актуализирует проблему необходимости расширения сфер государственного социального контроля при непосредственной активизации социальной функции бизнеса, предопределяя значительную трансформацию научной мысли в сфере экономики предпринимательства. Между тем современное понимание предпринимательства охватывает процессы, направленные на качественные сдвиги в уровне жизни населения, по своему сущностному содержанию выходя за рамки традиционной практики хозяйствования экономических субъектов. Однако, как показывает современный опыт практической деятельности социализированных форм бизнеса, низкая степень ориентации и активности современного предпринимателя в решении общественно

значимых задач неизбежно связана с сущностным «разрывом» между интересами предпринимательского сектора и государственными целями экономического развития, предопределяя снижение или полное отсутствие у экономических акторов гражданской ответственности перед государством и обществом в целом. В этой связи, в условиях становления и развития СОПЭ в России проблема формирования научной мысли на основе построения новой предпринимательской идеологии на принципах социализации и гуманизации становится более чем актуальной.

Особую роль в исследовании занимают вопросы модернизации современных социально-экономических отношений на фоне перераспределения сфер ответственности экономических субъектов. Так, с одной стороны, в диссертационном исследовании подчеркивается, что преобразования в экономике опираются на предпринимательство как движущую силу общественного развития. С другой стороны, сам тип бизнеса может быть определен характеристиками современной экономики.

Автором обосновано, что социализация предпринимательства в современной России развивается одновременно по двум направлениям. С одной стороны, наблюдается усиление социальной ответственности предпринимательской деятельности, с другой – активно развивается особая форма предпринимательства – социальное предпринимательство.

Не вызывает сомнения тот факт, что становление социально-ориентированного вектора деятельности субъектов предпринимательского сектора невозможно без комплексного исследования развития социально ответственного поведения, включающего в себя как научно-обоснованное концептуальное понимание процесса социализации предпринимательства, так и практическое представление действительности функционирования хозяйствующих субъектов в условиях формирования социализированной бизнес-среды. В свою очередь, разработка концепции социализации предпринимательства объективно требует взаимосвязи и интеграции таких исследовательских областей как: теоретико-методологические основы социализации предпринимательских структур; научно-

методический подход и методика взаимодействия экономических акторов, органов власти и общества в социально-ориентированных условиях хозяйствования; выявление приоритетных направлений и механизмов оценки потенциала процесса социализации с целью достижения запланированных результатов и реализации возможностей для положительных сущностных трансформаций концепции на основе синергетического эффекта.

Изложенное выше характеризует избранную автором тематику диссертационного исследования как актуальную и значимую в сфере экономики предпринимательства.

Степень разработанности научной проблемы. Сформированные в настоящий момент знания в рамках научной мысли экономики предпринимательства относительно позиционирования социализированных предпринимательских структур в системе общественных отношений не позволяют в полной мере раскрыть специфику теоретико-методологических и организационно-правовых механизмов процесса социализации бизнеса, а также практики, адекватные сложившимся условиям хозяйствования формирования новой социализированной предпринимательской среды.

Исследованию роли и форм участия бизнеса в социально-экономических процессах российского общества посвящены работы Л.П. Волковой [66], А.А. Говорина [74], В.С. Горина [165], М.С. Горшкова [79], М.В. Кивариной [122], О.А. Колесниковой [98], О.В. Коневой [135], В.Т. Кривошеева [143], Ж.А. Мингалева [169], С.А. Никитиной [75], И.Е. Рисина [215], Ю.И. Трещевского [238], А.А. Федченко [269], Л.У. Хациевой [276], С.А. Шимшилова [285], О.М. Шубат [289] и многих других авторов. В отдельную группу следует выделить блок публикаций, развивающих проблематику присутствия предпринимательского сектора в сфере социально значимых услуг в российской экономике. Так, работы З.З. Абдулаевой [14], О.Ю. Ворожбит [67], И.В. Галанцевой [70], М.Г. Лапусты [156], М.В. Плешаковой [201], О.А. Тойшевой [254], А.Л. Ющенко [295] детализируют отдельные аспекты формирования предпринимательской среды и ее социальной направленности.

Концептуальному пониманию процесса социализации предпринимательских структур посвящены работы отечественных авторов: Ю.Н. Арай [29], Ю.Е. Благова [40], М.И. Либоракиной [115], А.А. Московской [173], С.В. Туркина [264], В.Н. Якимца [296] и других. Теоретические и методологические основы исследований взаимодействия предпринимательских и властных структур в условиях социализации бизнеса в различных сферах экономической жизни общества были сформированы такими зарубежными учеными, как Г. Боуен [306], А. Кэрролл [307], М. Фридмен [311] и развиты современными представителями отечественной экономической науки: А.Н. Асаулом [30], В.Г. Варнавским [59], Г.И. Грековой [83], С.Н. Дацко [93], О.А. Канаевой [120], С.Е. Литовченко [159], В.А. Михеевой [228], И.Н. Мысляевой [175], С.В. Радыгиной [213], Г.Л. Тульчинским [260], В.Ф. Уколовым [265], А.И. Щербаковой [132] и многими другими.

Данные исследования объединяют представителей различных направлений научного знания, а сами они носят в основном отраслевой, локальный характер, не обеспечивая целостность теоретико-методологической платформы для разработки методических и практических рекомендаций по организации и развитию различных форм и механизмов социализации института предпринимательства в условиях перекрестной ответственности хозяйствующих субъектов.

Соотношение масштабов государственного управления общественно значимого сервисного сектора и его рыночного саморегулирования, детерминированного проникновением экономических механизмов предпринимательства в социальную сферу, явилось объектом исследований зарубежных ученых второй половины XX века, среди которых можно выделить труды И. Ансоффа [28], С. Брю [161], П. Друкера [310], С. Крамера [205], К. Макконнелла [161], Т. Питерса [199], М. Портера [205], Дж. Сакса [229], П. Самуэльсона [230], Р. Хизрича [277]. Свое дальнейшее развитие важнейшие аспекты привлечения бизнеса к решению современных социально значимых проблем общества нашли отражение в научных публикациях С. Альтера [301], И. Кирцнера [125], Б. Санто [231], М. Хаммера [274] и других.

Переплетение ролей и зон ответственности властных и предпринимательских структур при решении социально-экономических задач дали толчок к изучению имеющихся и обоснованию новых социальных практик бизнеса, а также форм, полей и инструментов взаимодействия хозяйствующих субъектов.

Глубину проработанности проблематики становления и развития теории предпринимательства, высокий теоретико-методологический уровень изучения тенденций формирования и эволюции взаимодействия властных и предпринимательских структур в российской экономике обеспечил совокупный научный потенциал исследований и прикладных разработок вышеуказанных авторов. Однако следует отметить преобладающую роль исследований в рамках экономики предпринимательства с позиции условий и принципов функционирования рынка как такового, не уделяя должного внимания возросшим политическим и социальным активностям как государства, так и общественности в целом. Слабый научный интерес к перспективам становления общества как полноценного экономического субъекта с активной гражданской позицией, в том числе в роли контролера социально значимых процессов, служит фактором, сдерживающим его включение в равноправные и равновыгодные взаимоотношения с органами власти и бизнесом. В связи с этим актуализируется необходимость разработки базовых основ формирования и развития трехстороннего перекрестного взаимодействия властных, предпринимательских структур и общества в области решения социально значимых задач на принципах стратегического партнерства, где государственная активность рассматривается в качестве интернального фактора. Данный подход требует концептуального понимания процесса социализации предпринимательства посредством поиска моделей, инструментов и механизмов согласования интересов государственной власти, предпринимательских структур и гражданского общества, адекватных современным условиям хозяйствования.

Цель диссертационного исследования состоит в развитии научной экономической мысли в сфере социализации предпринимательских структур

посредством формирования теоретических и методологических основ, а также практических рекомендаций в рамках концептуального понимания процесса социализации в условиях современных трансформационных социально-экономических процессов.

Цель диссертационного исследования направлена на последовательное решение следующих **задач**:

– исследовать тенденции и специфику становления новой формы организации экономической жизни в условиях развития научной мысли в сфере экономики предпринимательства, определяющего вектор трансформации экономики современной России как социально ориентированный, направленный на достижение компромисса во взаимоотношениях рыночного ядра экономики и балансирующего регулятора хозяйственного механизма в лице государства;

– систематизировать классификационные подходы к изучению услуг, уточнить сущностное содержание термина «социально значимая услуга» в части развития теоретико-методологических представлений о социальной направленности предпринимательской среды в условиях нового социально-ориентированного экономического порядка;

– определить дуализм базового понимания предпринимательской среды, адаптированной к любым изменениям экономической ситуации на микро, мезо и макроуровнях, систематизировать принципы, условия, факторы формирования и проблемы функционирования бизнес-среды;

– представить современное понимание гуманизации экономического роста, направленного на прогрессивные изменения в условиях развития и качестве жизни человека;

– выявить основные модели взаимодействия органов государственной власти и предпринимательских структур, определить концептуальные формы влияния бизнеса на социальные процессы в обществе на разных этапах его становления, обуславливающие особенности взаимодействия государства и частного сектора в процессе эволюционного развития;

– развить смысловое содержание социального предпринимательства как многоаспектной категории в процессе эволюции взаимодействия властных и предпринимательских структур в российской экономике;

– предложить базовую модель и разработать методику реализации трехстороннего субъектного взаимодействия экономических акторов с целью определения практических рекомендаций по повышению эффективности их взаимодействия на основе стратегического партнерства;

– концептуализировать процесс социализации предпринимательства в условиях формирования перекрестной ответственности субъектов, выявить перспективы развития социализированной предпринимательской среды, обеспечивающие максимально возможное соблюдение интересов государства, частного сектора и общества в целом.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования является процесс становления и развития социализированных форм предпринимательских структур в ходе трансформации субъектного взаимодействия. Предмет исследования – экономические отношения, возникающие в процессе социализации предпринимательских структур и перераспределения сфер ответственности взаимодействующих субъектов.

Теоретической и методологической основой диссертации являются фундаментальные научные труды ученых, результаты современных исследований российских и зарубежных ученых в сфере экономики предпринимательства, научные статьи в периодических журналах и прикладные разработки, посвященные взаимодействию государства, предпринимательских структур и общества в условиях трансформации их зон ответственности за социально-экономическое развитие страны.

Обоснование теоретических положений диссертационного исследования и аргументация выводов основаны на использовании методов: ситуационный, сравнительный, количественный и качественный анализ, экономический анализ, использование инструментов логико-структурного анализа в единстве с методами научной абстракции, индукции и дедукции. На отдельных этапах работы,

посвященных формированию методологической основы процесса социализации предпринимательской среды, разработке методики выявления факторов и полей субъектного взаимодействия, определению перспектив интенсификации социализированной предпринимательской среды использовались методы эмпирической проверки гипотез, экономико-математического моделирования, экспертных оценок, разработки индексов попарного сравнения исследуемых альтернатив (РИПСА), линейной регрессии, корреляции и процедур верификации.

Информационная база исследования. Информационной базой исследования являются данные Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, Указы Президента РФ и Постановления Правительства РФ, нормативные акты, прогнозно-аналитические и статистические материалы Министерства экономического развития РФ, Центрального банка РФ, Российского союза промышленников и предпринимателей, Российской венчурной компании, Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства Федеральной налоговой службы, периодические издания по исследуемой проблематике, статьи отечественных и зарубежных ученых, материалы по итогам проведения научно-практических конференций различных уровней, итоги аналитических отчетов и иная официальная информация, содержащаяся на российских и зарубежных интернет-ресурсах, а также положения, выводы и расчеты, полученные лично автором.

Обоснованность и достоверность результатов исследования подтверждаются использованием базовых работ и научных публикаций отечественных и зарубежных ученых по проблемам экономической теории и экономики предпринимательства, в которых с различной степенью проработанности исследована проблематика становления и развития методологических основ теории предпринимательства, моделей и концептуальных подходов как к осуществлению предпринимательской деятельности в целом, так и в части построения взаимодействия властных и предпринимательских структур, освещены закономерности и тенденции развития современного предпринимательства.

Соответствие диссертации Паспорту научной специальности. Область исследования соответствует п. 8.3, 8.20 Паспорта специальности ВАК РФ 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика предпринимательства): «8.3. Закономерности и тенденции развития современного предпринимательства»; «8.20. Организация взаимодействия властных и предпринимательских структур».

Научная новизна результатов исследования. Научная новизна заключается в обосновании концептуального подхода к социализации предпринимательских структур в условиях трансформационных процессов, протекающих в современной российской экономике, обуславливающих переплетение сфер ответственности хозяйствующих субъектов, и характеризуется следующими результатами исследования.

Наиболее существенные результаты исследования, обладающие научной новизной и полученные лично соискателем.

1. Обосновано, что трансформация сущности основополагающих понятий при неизменности фундаментального трактования экономических систем обуславливает модификацию базовых постулатов принятой научной парадигмы, эволюция и дальнейшее развитие которой в свою очередь вызваны изменениями экономических условий хозяйствования, специфичных для национальных экономик. Выявлена российская специфика новой формы организации хозяйственной жизни, предопределенная современными реалиями отечественной экономики.

2. Выявлена эволюционная взаимозависимость между процессами, происходящими в «экономике предпринимательства» как научной области, состоящей из параллельно развитых теоретических основ предпринимательства всех уровней, и сущностным содержанием категории «предпринимательство», с одной стороны, находящимся под влиянием множества разнообразных теоретических концепций, с другой стороны – оказывающим воздействие на формирование особого характера социально-экономических отношений, предопределяющих тип экономической системы и уровень развития общества. В

подобном контексте предпринимательство выходит за границы традиционного понимания экономической деятельности, предопределяя научный интерес в части поиска отличительных характеристик и новых методов его изучения.

3. Раскрыта методологическая трансформация континуума «товар-услуга» на основе использования парадигмы «4Не» (нематериальность, неотделимость, несохраняемость, непостоянство) с последующей ее модификацией в авторские «5Не». Систематизированы основные классификационные группы услуг в современной России, выявлены существенные критерии и сформирована авторская типология подходов к сегментации сервисного сектора; выявлены существенные недостатки классификационных систем, проявляющиеся в разрезе одного или нескольких типологических подходов, предопределяющие наличие проблемного поля в изучении отдельных видов услуг. Уточнено сущностное содержание дефиниции «социально значимая услуга», предложена авторская классификация социально значимых услуг с целью развития теоретико-методологических представлений о социальной направленности предпринимательской среды (на примере сферы социально-значимых услуг).

4. Предложен авторский подход к исследованию предпринимательской среды с точки зрения выявленного дуализма сущностного понимания дефиниции «предпринимательская среда», с одной стороны – с позиции структурно-уровневого подхода, с другой – в постулатах субъектно-объектного подхода к ее изучению. Выделены принципы, условия и факторы формирования предпринимательской среды в рамках авторского субъектно-объектного подхода, определена совокупность сдерживающих элементов конкурентной среды (на примере социально значимых услуг пассажирского транспорта общего пользования).

5. Развито понимание категории «гуманизация экономического роста» с точки зрения активизации гуманистического развития экономики. Доказано, что гуманизация экономических отношений в России является результатом роста социальной направленности экономического развития, обеспечивающей неизбежность подчинения целей деятельности хозяйствующих субъектов задачам достижения роста благосостояния и социальной стабильности в гражданском

обществе. Обоснован дуализм процесса социализация предпринимательства: как посредством роста социальной ответственности экономических субъектов, так и путем развития новых способов социально-экономической деятельности – социального предпринимательства. Предложена методологическая основа социализации предпринимательской среды, базирующаяся на принципах гуманизации, равноправия и мультипликативности.

6. Выявлены и охарактеризованы основные концептуальные формы влияния бизнеса на социальные процессы (социальный компромисс, социальная филантропия, социальная ответственность, социальное партнерство, социальное предпринимательство) в рамках доиндустриального, индустриального и постиндустриального этапов развития общества. Выделены основные субъекты (виды) отечественного предпринимательства, присущие каждой концептуальной форме влияния бизнеса на социальные процессы, происходящие в обществе, в исторической ретроспективе. Раскрыты поведенческие особенности субъектов бизнеса на различных стадиях развития общества. Доказано, что по мере развития форм участия бизнеса в социальной жизни общества можно наблюдать его неизбежное укрупнение.

7. Представлено авторское видение характеристик экономического поведения властных и предпринимательских структур в социально значимых государственно-частных проектах. Обоснована эволюция партнерских отношений государства и экономических акторов, рассмотренная автором в двух плоскостях: «власть-бизнес» и «бизнес-бизнес», определяющих в итоге характер взаимоотношений бизнеса и государства. Разработан пошаговый алгоритм построения субъектного взаимодействия в форме двухстороннего партнерства, направленный на преодоление аморфности и противоречивости его участников.

8. Разработана методика, позволившая автору на основе использования метода экспертных оценок и расчета индексов попарного сравнения альтернатив верифицировать выдвинутую гипотезу в части факторов среды субъектного взаимодействия, а также сформулировать и визуализировать модель «поле эффективности субъектного взаимодействия», апробация которой позволяет в

полной мере оценить уровень эффективности достигнутого взаимодействия в координатах «власть-бизнес», «власть-общество», «бизнес-общество». Представлена авторская модель трехстороннего перекрестного взаимодействия, основанная на принципах публичности государства, активности общества и социализации предпринимательства в условиях перераспределения сфер ответственности хозяйствующих субъектов.

9. Аргументировано, что социализация российской экономики неизбежно сопровождается трансформацией социально-ориентированной государственной экономической политики и партнерского взаимодействия общества, экономических акторов и государства, построенного на основе эволюции их интересов в достижении социально-экономической стабильности. Определены и охарактеризованы формы взаимодействия экономических субъектов (от двухстороннего к трехстороннему) на разных этапах развития экономической системы в России. Обосновано, что формирование системы субъектного взаимодействия является коэволюционным процессом, при котором преобразование ключевых характеристик экономики происходит одновременно с трансформацией экономической системы в целом, что положено автором в основу методологической платформы взаимодействия экономических субъектов.

10. На основе коэволюционного подхода уточнено сущностное содержание процесса социализации предпринимательства как категории, органически связанной с социально-направленной институциональной средой функционирования при регулирующей роли государства и общества. В результате представлено концептуальное видение процесса социализации предпринимательства, в основу которого положено развитие потенциала социализированной бизнес-среды, заключающегося в преодолении противоречий, порождаемых столкновением интересов (ценностей) государства, бизнеса и общества в целом.

Теоретическая и практическая значимость исследования определяется авторским подходом к исследованию взаимоотношений между государством, предпринимательством и обществом, возникающих в процессе их соразвития во

взаимодействии и взаимовлиянии друг на друга, направленного на решение социально значимых территориально-отраслевых задач.

Предложенные и обоснованные автором теоретико-методологические основы, методические разработки и ключевые положения концептуального подхода, базирующиеся на становлении и развитии СОРЭ в России, приносят значительный вклад в развитие экономики предпринимательства с учетом специфики гуманизации экономического роста российской экономики.

Научные результаты диссертационной работы могут быть содержательно включены в теоретическую базу государственной социально-экономической политики в сфере предпринимательства.

Практическая значимость результатов диссертации заключается в том, что предложенные автором методологический подход, методы и модели могут быть использованы:

- предпринимательскими структурами при разработке и реализации государственно-частных проектов в социальной сфере;

- государственными органами власти всех уровней при формировании целевых программ развития, а также в процессе решения практических задач по корректировке экономического поведения акторов при реализации социально значимых проектов, направленных на повышение качества жизни населения страны.

Материалы диссертационного исследования могут быть рекомендованы для использования в образовательном процессе в высших учебных заведениях, осуществляющих подготовку студентов экономических направлений подготовки по дисциплинам и модулям: «Теория предпринимательства», «Социальное предпринимательство», «Экономика малого бизнеса», «Корпоративная социальная ответственность», «Государственное регулирование малого бизнеса», «Экономика города», «Интернет-предпринимательство», «Основы бизнеса и предпринимательства».

Апробация результатов исследования. Основные выводы и результаты диссертационного исследования апробированы автором в ходе докладов на

международных научно-практических конференциях (Великий Новгород, «Экономика и управление гостеприимством территории» 2021 год; Невинномысск, «Молодежь и наука: реальность и будущее» 2009 год; Чебоксары, «Новое слово в науке: перспективы развития» 2014 год; Санкт-Петербург, «Проблемы обеспечения финансовой безопасности и эффективности экономических систем в XXI в.» 2017 год, «Современный менеджмент и экономика: проблемы и перспективы развития» 2018 год; Томск, «Становление личности в современном обществе» 2018 год), конференциях с международным участием (Великий Новгород, «Экономика и управление в XXI веке: современные проблемы и тенденции развития» 2012 год, «Социально-экономическое развитие России: новые вызовы и перспективы» 2013 год, «Императивы национальной стратегии: реализация социально-экономического потенциала России» 2014 год, «Экономическая наука и практика в эпоху изменений: постулаты прошлого и новые подходы» 2015 год, «Триада социального государства, рынка и гражданского общества в новой модели экономического развития России» 2016 год, «Актуальные проблемы развития экономической науки: теоретические и прикладные аспекты» 2017 год; Санкт-Петербург, «Современный менеджмент и экономика: проблемы и перспективы развития» 2019 год, 2021 год; Йошкар-Ола, «Сетевое взаимодействие как эффективная технология подготовки кадров» 2015 год), на региональных и межрегиональных научно-практических конференциях (Великий Новгород, «Актуальные проблемы гуманитарных, социальных и экономических наук: вопросы теории и практики» 2013 год; Санкт-Петербург, «Инновационная экономика: опыт развитых стран и уроки для России» 2010 год).

Основные результаты диссертации нашли свое отражение в процессе индивидуальной работы автора или в составе научного коллектива в рамках научных исследований:

– по гранту молодым ученым НовГУ на тему «Активизация предпринимательской деятельности в сервисной сфере экономики региона», 2011-2012;

– по гранту Российского гуманитарного научного фонда «Северо-Запад России: история и современность», в научно-исследовательской работе (шифр заявки 12-12-53002) «Трансформация сферы услуг социальной направленности: региональный аспект (на примере Новгородской области)», 2012;

– научно-исследовательской работы «Исследование процесса «социализации» предпринимательской деятельности в регионе» рамках областного конкурса «Молодой исследователь», 2012-2013;

– фундаментального госбюджетного исследования ГРНТИ 06.52.17 (регистрационный номер 6.5165.2011), выполняемого по заданию Министерства образования и науки РФ в Новгородском государственном университете имени Ярослава Мудрого по теме: «Тенденции формирования и противоречия развития корпоративного гражданства в современной России», 2012-2013;

– научно-исследовательской темы «Формирование механизма эффективного регулирования и управления экономической деятельностью предприятий» (номер государственной регистрации 0113U007514), 2018 год (Украина, г. Днепропетровск).

Публикации результатов исследования. Результаты диссертационного исследования опубликованы в 56 научных работах авторским объемом более 37,0 печатных листов, в том числе: в 3 монографиях (из них 1 – коллективная); в 17 публикациях в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК РФ; в 7 статьях в изданиях, входящих в международные реферативные базы данных и системы цитирования Web of Science и Scopus; в 29 публикациях в периодических изданиях и сборниках трудов научно-практических конференций.

Структура диссертации определена исходя из предмета исследования и построена в соответствии с целью и содержанием задач. Структура диссертации включает в себя введение, пять глав, заключение, библиографический список и перечень приложений.

ГЛАВА 1 ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

1.1 Теоретические аспекты эволюции хозяйственного миропорядка

Наряду с восприятием экономики как области науки с присущими ей законами и парадигмами имеет место понимание экономики как вида деятельности, в рамках которой формируются новое понимание социально-экономического развития, механизмы глобальных экономических отношений во всей их сложности, неравновесности, нелинейности и неопределенности, применяя при этом общепринятые методы науки. При любом подходе экономика как многогранная научно-практическая область содержит в себе сферы, сектора и отрасли, взаимосвязанные между собой и находящиеся под контролем и регулированием государства.

Эпохе современных глобальных экономических отношений свойственны отличительные характеристики, предопределяющие направленность проводимой в экономике любого государства модернизации. В данном контексте актуальность и приоритетное научно-практическое значение приобретает не только обоснование условий, трендов и моделей модернизации национальной экономики, но и изучение глубинных явлений и тенденций глобализационных мировых процессов, современными императивами которых выступают гармонизация интересов всех участвующих сторон и рост благосостояния нации.

Глобализация мировой экономики – противоречивый процесс, влекущий за собой как преимущества, так и недостатки хозяйственного миропорядка, в основе которого лежит общность существующих типов экономических отношений. В случае отсутствия общности целей и типов хозяйствования подлинно глобальным мировое хозяйство стать не сможет.

Мировая практика XXI века содержит немало фактов, доказывающих существование рыночной парадигмы хозяйствования. К таковым фактам следует

отнести [174, с. 64-65]:

- приоритетность рыночных отношений, защищенных Конституцией;
- развитие частной собственности, разделения труда, кооперации и специализации, являющихся основой функционирования любой рыночной системы;
- доминирующее значение рыночных отношений с частной формой собственности, функционирующих для достижения единственной цели: максимизация прибыли фирмы.

Следует отметить, что на протяжении XX века в ряде стран рыночная экономика демонстрировала определенные успехи. Доказательством этого является формирование во второй половине XX века доктрины «общества благосостояния», где ключевой целью является рост уровня жизни населения [326, с. 170].

Примерами реализации доктрины «общества благосостояния» на практике являются экономики стран «золотого миллиарда», таких как США, Япония, Сингапур, Малайзия, Таиланд, стран Западной Европы и других новых азиатских индустриальных стран. Распространение рыночных механизмов хозяйствования не только в западных странах, но и странах бывшего социалистического типа, выступает доказательством признания эффективности рыночной экономики [86, с. 23].

В основе глобализации мировой экономики лежит разделение труда и развитие рыночных механизмов. Усиление вектора рыночного развития экономик большинства стран мира выступило одной из важнейших предпосылок ускорения глобализационных процессов в XX веке. Данное утверждение подтверждает мировой финансовый кризис 2007 года, который спровоцировал крах финансовой ипотечной системы в США. В частности, именно под воздействием глобализации начавшийся американский ипотечный кризис распространился по другим регионам уже как финансовый кризис, затронув многие страны мира, включая Россию [174, с. 66-67].

Следует отметить, что степень участия как традиционно индустриальных,

так и новых стран в глобализационных процессах различна и зависит главным образом от степени влияния страны в международных политических и экономических организациях, интернационализации научно-технического прогресса, деятельности МНК (многонациональных компаний) и так далее. Большой диапазон различий в активности наблюдается и в группе развивающихся стран (страны Азии, Африки и Латинской Америки), участие которых в глобализационных процессах менее активно и сводится преимущественно к преодолению негативных последствий данного процесса. Такие страны играют вторичную роль в мировом хозяйстве, являясь источником дешевой рабочей силы и крупными рынками сбыта производимой продукции. В постсоциалистических странах (Болгария, Венгрия, Румыния, Словакия и т.д.) тенденции развития национальных экономик в процессе глобализации проявляются достаточно специфически. Сформированный в 1990-х годах определенный переходный тип хозяйственной системы носит временный характер. Поскольку трансформационные процессы обычно долгосрочны, переходную экономику можно рассматривать как один из самостоятельных типов хозяйственных систем, а роль постсоциалистических стран в процессах глобализации непосредственно определяется результатами рыночных реформ. Кроме того, рыночные реформы в бывших социалистических странах являются ускоряющим фактором глобализации.

Под воздействием глобализационных процессов современные рыночные экономики совершенствуются и развиваются: усиливается роль государственных структур в решении вопросов и проблем фиаско рынка, растет социальная направленность экономик. Во многих странах мира становление рыночной экономики еще не завершено, а в отдельных государствах, таких как Куба, Северная Корея, курс на рыночные преобразования до настоящего времени даже не начат [84, с. 49]. Следовательно, существует возможность усиления роли государственных (централизованных) механизмов экономического регулирования, которые органично могут встроиться в глобальный хозяйственный миропорядок.

Формирование современного мирохозяйственного уклада, по мнению

ведущих экономистов, определяется построением во многих странах новой системы производственных отношений, при которой осуществляется переход к сочетанию общенациональных и частнопредпринимательских интересов, к доминированию производства общественных благ над частными при сохранении принципов рыночной самоорганизации. Планово-координационный государственный механизм будет поддерживать конкурентную инициативу, опираясь на личную ответственность бизнеса за повышение общественного благосостояния [73, с. 5-7].

Новый мирохозяйственный уклад также характеризуется новой экономической этикой, трансформацией мотивационной платформы предпринимательства от безусловности максимальной прибыли к необходимости социально значимого результата. При формировании механизмов социального партнерства государство выступает не диктатором, а модератором процессов воспроизводства капитала, управления базисными условиями предпринимательской деятельности, такими как целевое кредитование, субсидирование, страхование, ценообразование, создавая более устойчивые инвестиционные возможности бизнеса [73, с. 5-8].

Необходимо отметить, что социальная ориентация развития общества является его исторической тенденцией – в меру развитости производительных сил и человека как главной производительной силы. Это означает, что производство становится все более восприимчивым к растущим потребностям общества, в том числе социальным. Улучшаются бытовые условия, на основе централизации ресурсов оказывается финансовая или иная помощь нетрудоспособным, поддерживается общественный порядок, организуются охрана здоровья, развитие образования, науки, культуры и других социально значимых отраслей [233, с. 43].

Механизм функционирования современного рыночного хозяйства не может базироваться только на законе спроса и предложения, но, безусловно, опирается на него, как и на другие экономические законы. Рыночный механизм должен применяться не изолированно от нерыночных механизмов, а в совокупности с ними, что предполагает активное участие общества в формировании социально-

ориентированного (социального рыночного) хозяйства.

Теория социального рыночного хозяйства берет начало в классической политической экономии. Главная роль в экономико-политическом обосновании и практическом осуществлении отводится Альфреду Мюллеру-Армаку [177] и Людвигу Эрхарду [293]. Концепция социального рыночного хозяйства была соединена с политикой «порядка» и подразумевала построение такого правового режима, при котором функционирование рынка и конкуренция были бы защищены от давления политической и экономической власти. Однако, единого методологического подхода к изучению социальной экономики, как целостной системы, не существовало. В основе концептуального смысла лежали различные представления ученых о социально ориентированной экономике. В германской концепции, по праву считающейся основополагающей, можно выделить три направления изучения социального рыночного хозяйства:

- эмпирическое, берущее свое начало от Адама Смита [236] и Шотландской школы, придающее особое значение собственному интересу;
- идеалистическое, связанное с общественными, историческими и антропологическими аспектами;
- христианский либерализм, принимающий рынок за механизм координации экономических процессов, но требующий от него сопровождения соответствующей институциональной структурой и социальной политикой [50, с. 26-27].

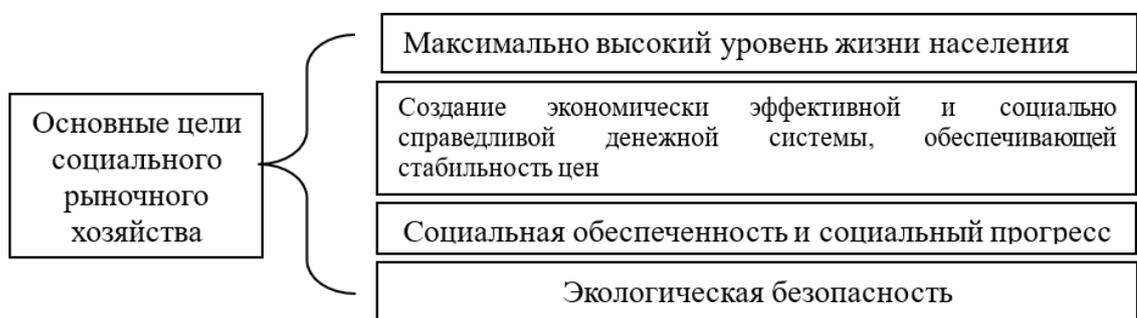


Рисунок 1 – Основные цели социального рыночного хозяйства

Социальное рыночное хозяйство ориентировано на достижение ряда целей, реализация которых позволяет повысить качество жизни населения и обеспечить

стабильный экономический рост (Рисунок 1) [294, с. 119].

В перечень условий реализации данных целей входят: эффективная система отношений собственности, денежный и валютный порядок, конкурентный порядок, финансовый и налоговый порядок, порядок внешнеэкономической деятельности, порядок в сфере труда и социальных отношений. В зарубежной литературе XX века концепция социального рыночного хозяйства основана исключительно на предшествующем анализе и какие-либо теоретические новации в ней отсутствуют. Принятие социальной рыночной экономики как цельной системы взглядов было заслугой ее убежденных сторонников. Политическая привлекательность концепции социального рыночного хозяйства постепенно снижалась (например, по мнению немецких экономистов), и уже с 1970-х годов действующие политики заменяют термин «социальное рыночное хозяйство» на «социальное хозяйство» [288, с. 368].

Таким образом, «социальность» экономики определяется следующими факторами:

- развитием общественных связей и взаимоотношений, где главным субъектом является человек, имеющий многогранные и многоуровневые потребности, на удовлетворение которых направлено материальное и нематериальное производство;

- перераспределением национального дохода и валового национального продукта посредством функционирования налогово-бюджетной системы с целью проведения эффективной социальной политики для более полного и качественного удовлетворения общественных потребностей всех категорий граждан, включая нетрудоспособное население (дети, пенсионеры);

- реализацией широкого спектра социальных функций коммерческими и некоммерческими предприятиями, независимо от их местонахождения, размеров, организационных форм и форм собственности.

Среди преимуществ (экономических возможностей), которыми обладает социальное хозяйство по сравнению с классическим рынком, исследователи выделяют [162, с. 26]:

- обеспечение прав на политические и личные свободы, такие как свобода печати, свобода волеизъявления, свобода вероисповедания и пр.;
- высокая степень законодательной и фактической свободы хозяйственных единиц (сюда относится выполнения определенных условий, касающихся стартовых планов хозяйствующих субъектов и распределения доходов);
- ограничение экономической и политической власти государства по отношению к своим гражданам;
- децентрализация и демонополизация экономической власти.

Таким образом, сущность социального хозяйства состоит в том, чтобы вместо проведения политики, сохраняющей прошлое, или экономического контроля, тормозящего свободную инициативу в обществе, или неконтролируемого, нерегулируемого рыночного механизма – дать социальное решение, объединяющее все цели в работающей, реалистической гармонии [177, с. 368].

Учитывая специфику настоящего времени, социальное рыночное хозяйство (социально-рыночная экономики) трактуется как особая форма организации хозяйственной деятельности, которая способна наиболее эффективным образом удовлетворять общественные потребности, распределять ограниченные ресурсы, осуществлять производство товаров и услуг, гарантируя максимально возможный уровень занятости, качество жизни и уровень благосостояния, обеспечивая социальную справедливость и социально-экономический прогресс.

Однако ускоренная технологическая модернизация и ограниченные возможности разумного регулирования общественного развития могут привести к неконтролируемому разбуханию техносферы вместе с соответствующим ростом поглощения ресурсов, и столь же спонтанному технологическому вмешательству в природу самого человека. Следовательно, первоначально необходимо выровнять соотношение материального и нематериального производства с тем, чтобы дальше наращивать удовлетворение преимущественно духовных потребностей, развитие которых постепенно опережает рост материальных потребностей. Именно так определяется нооцивилизация и ноономика, которая придет на смену экономике и

станет знание ёмким и «умным» способом удовлетворения потребностей как отдельных индивидуумов, так и ноообщества в целом [45, с. 432].

В рамках данного исследования рассмотрена эволюция и приведено сопоставление ключевых положений основных теоретических концепций «социального рыночного хозяйства» (Приложение А, Таблица А.1) – от теории экономического либерализма английских классиков XXVIII века до концептуальных подходов к либеральной глобализации. Трансформация основополагающих принципов и понятий в рамках представленных научных школ – от наибольшей свободы хозяйствующих субъектов, конкуренции и строгого ограничения степени государственного вмешательства в экономику до социальной справедливости, основанной на всеобщем равенстве и равных экономических возможностях для всех, и государственного вмешательства в рыночные процессы, обусловила преобладание общественных интересов над частными. Особенностью нового экономического уклада становится гуманизм, который находит отражение в достижении партнерства государственного и частного секторов с целью достижения устойчивого экономического роста.

Современные научные публикации изобилуют различными трактовками современного общества с описанием его экономических характеристик. Среди них глобальная экономика, сервисная, цифровая, сетевая, новая, экономика знаний и так далее.

С одной стороны, все перечисленные понятия характеризуют экономику постиндустриального типа, где на первое место выходит качественное удовлетворение потребностей. С другой – определяют характер и тип экономических отношений, присущий государству и экономическим агентам. Так, отличительной особенностью информационной экономики (в работах Ю.Б. Башина [36], Т.А. Бондарской [48], А.С. Квилинского [121], Н.И. Пашинцевой [195] и др.) является преобладание умственного труда над физическим, а также усиление значимости информационных ресурсов в общей структуре факторов производства [162, с. 332]. Зачастую современную экономику определяют как сетевую (в трудах Е.В. Кислицына [126], И.А. Коцюбы [142], Э.П. Лесниковой

[158], И.А. Стрелец [250] и др.), трактуя ее как связанную с понятием «сетевые блага», производство и распределение которых сопряжено с существенной экономией на масштабе производства, действием сетевых внешних эффектов и эффектов ловушки [250, с. 12]. Особый научный интерес вызывает понятие «новая экономика», которое до настоящего времени не имеет строгого теоретического определения, но находит широкое применение в учебной и научной литературе. Первоначально указанное словосочетание начали использовать с целью подчеркнуть отличие от существовавшей ранее традиционной модели хозяйствования. Однако со временем оно приняло устойчивый характер и приобрело конкретные признаки самостоятельного термина (см. работы Т.А. Каратаевой, А.А. Попова [184], Д.А. Секретарева [232], О.А. Фихтнер [270] и др.). Емкость содержательного наполнения и неоднозначность данной категории позволяет одним авторам рассматривать «новую экономику» в русле информационного общества, в котором Интернет выступает в качестве основного ресурса [178, с. 3], другим – отождествлять ее с экономикой знаний, где приоритетами выступают наука, управление, высокотехнологичная инфраструктура, образование, прозрачность социальных структур и так далее [60, с. 24]. Категория «новая экономика» завоевывает в настоящее время все большую популярность, подразумевая активное воздействие инновационных технологий на экономическую реальность [90, с. 125], а также синтезирует основы управленческих и социальных наук, порождая становление «новой» экономической теории [274, с. 24].

Перечисленные дефиниции тесно связаны между собой: переплетаясь и интегрируясь, они не всегда четко определены, в результате чего большинство авторских подходов к сущностному пониманию указанных категорий в значительной мере остаются в рамках устоявшихся и общепринятых постулатов экономической теории.

Необходимо отметить, что в основе любой научной парадигмы лежат исходные понятия, присущие экономической системе как таковой. В первую очередь, к ним относятся акторы, функционирующие в различных видах

экономической деятельности, формирующие систему взаимодействия между собой, определяемую институциональной средой и другими условиями хозяйствования. Несомненно, современные реалии неизбежно влияют на меру теоретической достоверности и практической значимости научной парадигмы, подвергая модификации ее основные постулаты, что в результате приводит к возникновению нового исследовательского подхода, углубляя онтологические понятия экономической системы, не затрагивая ее фундаментальные начала. Таким образом, новая теоретическая парадигма зарождается на этапе определения ее основ (понятий), эволюция которых вызывается изменениями экономических условий хозяйствования (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Формирование научной парадигмы в условиях трансформации экономической жизни

Типу современных экономических отношений присущи черты, характерные

определенному вектору дальнейшей модернизации экономики и общества. В этой связи рыночная экономика в чистом виде как экономика «совершенной конкуренции» прекратила свое существование и породила новую более прогрессивную форму экономической жизни – социально-ориентированную.

В рамках данного исследования к важнейшим из них необходимо отнести экономические предпосылки становления социально-ориентированной рыночной экономики (смешанной). Такие условия включают многообразие форм собственности, наличие сильного экономического центра, оптимальное сочетание и реальная самостоятельность малых, средних и крупных форм предприятий, товарно-денежное и госбюджетное равновесие и прочее.

Становление постэкономического общества представляет собой «результат медленной общественной эволюции, в ходе которой технологический и хозяйственный прогресс воплощается не столько в наращивании объема производимых материальных благ, сколько в изменяющемся отношении человека к самому себе и своему месту в окружающем мире...» [117, с. 640].

В этой связи необходимо отметить значимость теоретических аспектов индивидуализма как сущностной характеристики человеческой личности (*homoeconomicus* – человек экономический), определяющей ее поведение в сфере хозяйственной деятельности, наряду с коллективистским началом человека для становления социальной рыночной экономики.

Прочное утверждение *homoeconomicus* происходило в период бурного развития рынка в прямом его понимании, для которого характерны такие черты «человека экономического» как эгоизм и рационализм. Предпосылка о рациональности человеческого поведения, несмотря на ее очевидное несовершенство (поскольку многие индивиды не только рациональны, но и очень эмоциональны в принятии решений), оказалась весьма плодотворной в экономическом анализе. Связано это с тем, что именно рациональность людей как разумных существ позволяет логически объяснить мотивы их поведения в повседневной жизни, и особенно в их хозяйственной деятельности в условиях рыночной конкуренции, где господствует принцип извлечения выгоды только для

себя самого. Поэтому рационализм и индивидуализм изначально рассматривались в экономической теории как взаимосвязанные и взаимодополняющие принципы [129, с. 39-54]. Между тем, оба принципа постоянно ставились под сомнение, обосновывая данное тем, что в реальности множились примеры человеческих поступков, необъяснимых рациональной логикой, а возникновение общественных интересов как стремление к выгоде от социума (семья, во взаимодействии с индивидами), окончательно утверждает коллективистское начало в человеке наряду с его бесспорным индивидуализмом. С одной стороны, по мере развития экономики активное внедрение принципов рационализма в хозяйственную деятельность неадекватно усиливало стихийность процессов, проистекающих в обществе, и до сих пор функционирующем на коллективистских взаимоотношениях. С другой, по мере выявления недостатков свободного рынка, принцип *homo economicus* начал терять свою универсальность, а абсолютизация методологического индивидуализма стала тормозом дальнейшего развития экономической науки, так как не позволяла отобразить всю сложность и противоречивость современной экономики. Все большее значение стали приобретать коллективные интересы всего общества. При этом, индивидуализм, как неизбежный фактор при товарном обмене между потребителем и производителем не утратил своей актуальности. Так, в своей монографии Ю.В. Князев указывает на дополнение методологического индивидуализма коллективизмом в обществе в целом. Данные антиподные принципы имеют место быть, но в разных сферах. Индивидуализм неизбежен при обмене равных стоимостей между частными собственниками, то есть на рынке. Коллективизм в свою очередь защищает не эгоистичные, а совместные интересы людей, и проявляется в принципиально иной – социальной сфере жизнедеятельности. Коллективизм находит свое выражение не столько в особенностях конкретной личности, сколько во взаимоотношениях людей. В наиболее полном масштабе коллективистские начала людей проявляются в их участии в общественных проектах, а также в регулирующей деятельности государства, например, в сфере защиты общественных интересов [130, с. 21-22].

Об односторонности понимания человека лишь как носителя только индивидуалистических устремлений подчеркивали многие авторы XX века. Так, Джозел Бейкан в своей книге «Корпорация, патологическое стремление к прибыли и мощи» отмечает, что эгоизм и корыстолюбие – не единственные мотивы деятельности человека и ими не исчерпывается смысл его жизни. Так, помимо необходимости получения материальных благ, индивиды испытывают большую потребность в безопасности, справедливости, любви и других духовно-нравственных ценностях [304, с. 172-173]. По мнению Ноама Чомски, корпорации превращают людей в себе подобных, выбивая из их голов чувство солидарности, заботы о других, сочувствия, гуманизма [131, с. 135]. Философ Марк Кингвелл отмечает, что с точки зрения корпорации – идеальный гражданин – это озабоченный легкой наживой потребитель, мотивированный патологическим корыстолюбием [316].

В итоге, индивидуализм неизбежен на рынке, при обмене между частными собственниками. Коллективизм же защищает совместные интересы людей и проявляется в социальной сфере жизнедеятельности. Поэтому он находит свое выражение не столько в особенностях поведения конкретной личности, сколько во взаимоотношениях людей. Осознание двойственности человеческой личности представляет собой иной подход к пониманию экономических субъектов, их взаимоотношений и институциональных условий жизнедеятельности.

Формирование основ экономических знаний и их эволюция в условиях трансформации экономических действий, укрепление в экономической науке мотивов рационализма и индивидуализма в поведении субъектов способствовало развитию вглубь таких экономических феноменов, как предприниматель и предпринимательская деятельность. Если первые исследователи не отличали предпринимательскую деятельность от другой самостоятельной хозяйственной деятельности, то к концу XX века трансформация содержания самой предпринимательской деятельности, появление ее новых свойств и характеристик [136, с. 38] обусловили возникновение контуров экономики предпринимательства, как обособленного направления в науке.

1.2 Специфика научной мысли в сфере экономики предпринимательства

Исследование предпринимательства остается областью, в рамках которой сохраняется множество открытых вопросов, возможностей для формирования собственных профессиональных траекторий для смежных дисциплин. С одной стороны, современная теория предпринимательства является широкой исследовательской областью в рамках экономической науки, содержащей различные, часто конкурирующие научные парадигмы и концепции, и положенные в их основу терминологический аппарат, положения, методы и методики. С другой стороны, не признается сама автономия теории предпринимательства как академической дисциплины, а не части «респектабельных» наук, таких как экономика, менеджмент, социология и т.п. [281, с. 44-57]. В связи с этим научная мысль в сфере предпринимательства длительное время развивалась и до сих пор находит свое отражение в двух смежных плоскостях: экономика предпринимательства как результат длительного исторического развития собственно науки «Экономика» («Экономическая теория») и теория предпринимательства как самостоятельное направление в экономической науке. По своему сущностному содержанию экономика предпринимательства «поглощает» теорию предпринимательства, а формирование основ и эволюция экономических знаний способствовали тому, что ученые все больше стали акцентировать внимание такому экономическому феномену, как предприниматель и предпринимательская деятельность [203, с. 87], выделяя их в отдельную область анализа.

С позиции экономики предпринимательства «предприниматель» являлся объектом исследования и находился в сфере интересов выдающихся мыслителей и государственных деятелей далекого прошлого (Аристотель, Варрон, Катон, Платон, Цицерон и другие мыслители). Первое тысячелетие нашей эры не оставило особо заметных подтверждений и документальных фактов, связанных с процессом становления предпринимательства, и не нашло отражения его роли в

теоретических источниках той эпохи. Труды мыслителей своего времени были посвящены вопросам, преимущественно рассматривающим аспекты экономической жизни той эпохи, неотделимые от философии. Например, основы этики и морали, ставшие в последствие предметом науки о государстве, определение источников богатства, причин обмена между людьми, общественное разделение труда и мн. др. Экономика как таковая относилась к виду хозяйствования, целью которого являлось производство или приобретение благ, необходимых для жизни.

Однако, в последующий период (раннее средневековье конца V – середины XI века) активизация хозяйственной деятельности благодаря развитию производительных сил, а также международной торговли, породило плеяду ученых, в поле зрения которых попадают не только обоснование действия объективных экономических законов, развитое понимание экономики как науки, но и собственно предпринимательство как явление и феномен предпринимателя. В этой связи, в контексте изучения научной мысли в экономике предпринимательства средних веков автором высказано предположение об отождествлении категорий «предпринимательство» и «предпринимательская деятельность», что не искажает фактов, приведенных в исследовании относительно данного вида деятельности, а также не снижает ценности выводов.

Наиболее важное дополнение к учениям доисторических мыслителей было сделано крупнейшими философами и теологами раннего средневековья, для которых характерно религиозно-этическое обоснование исследуемых явлений в контексте канонического учения. Среди них следует отметить ярчайшие работы католического религиозного философа Фомы Аквинского (XIII в.) и социального мыслителя Востока Ибн Хальдуна (1332 – 1406).

Экономические вопросы занимали Фому Аквинского, как и других его современников, не сами по себе, а только в связи с проблемами морали. Христианская мораль в то время осуждала всякое стремление к богатству, получению прибыли. Однако в трудах Ф. Аквинского, можно найти целый перечень условий, при соблюдении которых извлечение прибыли считалось

оправданным. Без справедливого возмещения труда и расходов общество, основанное на разделении предпринимательского труда, не могло бы существовать. Философ рассматривал прибыль как ключевую цель предпринимательской деятельности, но при этом подчеркивал, что она оправдана лишь в том случае, когда обусловлена высокими моральными и нравственными мотивами. Прежде всего, речь шла о прибыли, направляемой на благотворительность и общественное служение.

В более поздний средневековый период (классическое средневековье середины XI – конца XIV века и позднее средневековье до XVII века) первый системный подход к анализу сущности предпринимательства в экономической науке предложили меркантилисты (основные представители – Жан-Батист Кольбер, Томас Ман, Антуан де Монкретьен и мн. другие), которые по сути отражали интересы крупного торгового капитала, полученного преимущественно от внешней торговли, для которого деньги – источник богатства, – выступают не в виде сокровища, а в форме капитала.

Представители физиократов XVII – XIX веков (представители – Франсуа Кенэ, Дюпон де Неймур, Уильям Петти, Анн Жак Тюрго и др.) попытались изучить строение хозяйственного механизма и определить роль и количественную взаимосвязь каждого элемента этого механизма. Уильям Петти – один из родоначальников классической политической экономики, впервые с позиций научного анализа рассмотрел вопросы налогов и сборов, их влияние на деятельность государства; доходы государства и его расходы; количество денег, которые нужны, чтобы «приводить в движение торговлю страны» [198, с. 93]. Термин «предпринимательство» ещё не выделился в самостоятельную часть хозяйственной деятельности, но в своих трудах автор обращается к различным аспектам предпринимательства, рассматривая влияние налогов, пошлин, денежных средств и труда на результаты хозяйственной деятельности [203, с. 13-16]. Однако, уже в тот период предпринимательская деятельность рассматривалась как инициативность, направленная на создание нового либо совершенствование имеющегося продукта. Предпринимательство того времени

было тесно связано с такими категориями как «идея», «решительность», «риск», «динамизм», формируя целый спектр экономических отношений, способных превращать самые удивительные замыслы в реальность [56, с. 83]. По Р. Кантильону (физиократ) предприниматели – это люди, использующие нереализованные возможности извлечения прибыли. Они покупают по известной цене для того, чтобы продать по неизвестной цене, принимая, таким образом, на себя риски. К категории предпринимателей он отнес не только купцов и ремесленников, но и фермеров, разбойников, нищих и прочих лиц, у которых неопределенный заработок [272, с. 16]. Таким образом, предпринимательская деятельность по Р. Кантильону требует не только производственной деятельности, но и не всегда осуществляется на средства предпринимателя. Главное для предпринимательской деятельности – это предвидение и желание брать риск на себя [46, с. 52].

Анн Роберт Жак Тюрго (1727 – 1781) – французский экономист и государственный деятель, в своей книге «Размышления о создании и распределении богатств» (1769) утверждал, что «ремесленник снабжает земледельца необходимыми орудиями труда, но земледelec «является первой движущей силой в ходе работ; это он производит на своей земле заработок всех ремесленников». Тюрго считал, что для нормального процесса воспроизводства и бесперебойной реализации совокупного продукта необходимо соблюдение межотраслевых пропорций, в частности между земледелием и промышленностью. А обеспечивают функционирование межотраслевого равновесия именно предприниматели [43].

Основоположник экономической науки Адам Смит (1723 – 1790), автор фундаментальной концепции «невидимой руки рынка», использовал термины «projector» (составитель проектов) и «undertaker» (предприниматель), которые представляли собой в его интерпретации синонимы понятия «собственник предприятия». Предприниматель у Адама Смита – собственник и организатор экономического процесса. Выдающийся французский экономист Жан-Батист Сэй (1767 – 1832) в своих трудах «Трактат политической экономии» (1803) и «Полный

курс политической экономии» (1828) главной функцией предпринимателя видит в том, чтобы «соединять, комбинировать факторы производства». Предпринимательский талант для Ж.-Б. Сея, личные качества предпринимателя, его связи, опыт также являются фактором производства (шире – фактором хозяйственной деятельности) и этот фактор, подобно другим, участвующим в производственном процессе, должен получать вознаграждение, получающее выражение в виде прибыли, то есть разности между полученными доходами и расходами, связанными с оплатой других используемых в хозяйственной деятельности факторов. Вполне современным представляется подход немецкого экономиста Иоганна фон Тюнена (1783 – 1850), назвавшего предпринимателя «изобретателем и исследователем», прибыль которого формируется как оставшаяся после уплаты процента за использованный капитал, оплаты управления и уплаты страховой премии по «исчислимым рискам», часть валовой прибыли от деловой операции.

Наконец, в начале двадцатого века сущность предпринимательства подробно раскрывается в работах великого австрийского экономиста, основателя теории инноваций Йозефа Алоиза Шумпетера (1883 – 1950), на тезисах и выводах которого, а также на инновационном подходе, положенном в основу современной предпринимательской деятельности, необходимо остановиться более подробно. Й.А. Шумпетер отмечает наличие специфической мотивации предпринимателя и вводит в рассмотрение понятие «инноваций», указывая на существование тесной связи предпринимательства с инновационной деятельностью. Само предпринимательство – это производство и внедрение инноваций, которые сам Й.А. Шумпетер называл новыми комбинациями [291].

Американский экономист Фрэнк Хайнеман Найт (1885 – 1972) связывает понятие предпринимательства с функциями принятия решений «что и как производить», с выбором определенных решений относительно используемых ресурсов, осуществляемым в условиях неопределенности и, в конечном итоге, с риском как одним из фундаментальных признаков предпринимательской деятельности [179, с. 264].

Инновации являются неотъемлемым элементом реализации основных законов развития общества: закон экономики труда и закон пропорциональности развития), что подразумевает создание инфраструктуры с меньшими затратами труда, материалов и энергии, приведение структуры воспроизводства в соответствие со структурой изменившихся потребностей, структурой внешней среды [148, с. 148].

Затрагивая методологию теории инноваций, необходимо еще раз отметить главенствующую роль Й.А. Шумпетера. Между тем, русский экономист Кондратьев Николай Дмитриевич (1892-1938), основоположник теории экономических циклов в своих трудах выдвинул идею, в которой связывал переход к новому циклу экономического развития с волной изобретений и инноваций [134, с. 370-371, 382].

В приведенной Шумпетером теории деловые циклы принято в настоящее время связывать со сменой технологических укладов в общественном производстве [291]. Другой российский исследователь современности, академик Ю.В. Яковец в своих научных работах, посвященных исследованию циклов и прогнозированию, классифицировал инновации на технологические, базисные и глобальные [297, с. 230-241]. Российские исследователи А.Г. Поршнева и З.П. Румянцева приводят временные границы и раскрывают краткое содержание некоторых технологических укладов применительно к отечественной экономике: продолжительность первого – 1880-1930 гг., второго – 1930-1980 гг., третьего – 1980-2030 гг. [267, с. 715].

На современном этапе особый вклад в развитие теории инновации внес один из приверженцев экономической школы Н.Д. Кондратьева немецкий ученый Герхард Менш [318]. В своей книге «Технологический пат: инновации преодолевают депрессию» (1975) автор вывел тезис, что массовое освоение технических инноваций приходится на повышательные волны циклов Кондратьева.

На современном этапе развития экономических отношений требуются масштабные инновации, охватывающие все без исключения отрасли, особенно

некоммерческой (социальной) сферы и носящие системный, регулярный характер. Однако, несмотря на концентрацию научного потенциала и значительные достижения ученых в области предпринимательской инициативы, до сих пор не прекращаются дискуссии о значимости предпринимательства в инновационном процессе. Данный факт еще раз доказывает многоплановость развития научной мысли в сфере экономики предпринимательства.

Теория предпринимательства как направление в современной экономической науке сформирована на уровне, достаточном для понимания тезисов, научных взглядов на исследуемые процессы и явления, но недостаточном для полной автономии, единства терминологического аппарата, разработки универсальных методик и механизмов предпринимательской деятельности.

В основе указанного противоречия лежит главным образом относительность теоретических законов экономики, что предопределяет коэволюцию развития научных концепций и парадигм о сущности предпринимательства и трансформационных процессов, происходящих в самом обществе, порождающем предпринимательскую деятельность. Еще одним значимым фактором недостаточности автономии теории предпринимательства выступает периферийное положение данной науки среди других разделов теоретической экономики (микро-, макро-, мезо-, мегаэкономики), что обусловлено несоответствием предпринимательской инициативности и динамики базовым идеям экономической теории о всеобщем устойчивом равновесии.

Таким образом, можно заключить, что длительная эволюция экономической теории, с одной стороны, и многоаспектность и разноплановость теории предпринимательства, как одного из научных направлений в экономике, с другой стороны, представляют собой взаимосвязанные процессы, идущие параллельно, усиливающие и предопределяющие друг друга. В подобном ключе предпринимательство следует рассматривать как комплексное социо-экономическое, культурное и духовное явление, предусматривающее инициативную креативную деятельность, направленную на поиск оптимальных способов производства товаров и услуг с целью максимизации прибыли, согласно

постулатам и правилам экономической теории.

Многоаспектность категории «предпринимательство» является объективным результатом выявленной выше взаимосвязи разноплановых экономических концепций с уникальными методическими, методологическими, критериальными подходами и способами научного исследования. Более того, предпринимательство, как комплексный специфический феномен, является предметом изучения не только в экономической теории, но и других общественных науках, например, в истории, естествознании, социологии, правоведении, менеджменте, психологии и так далее, а также в их отдельных составляющих. Так, обобщенные взгляды на термин «предприниматель» со стороны экономической науки, психологии и социологии, представляющие их логичный синтез, приводятся автором в таблице 1.

Таблица 1 – Основные категории термина «предприниматель»

Категории	Экономика	Социология	Психология
Определение	субъект хозяйственной деятельности, функционирующий в условиях риска и неопределённости с целью получения прибыли	результат объективных противоречий, возникающих в социуме по поводу распределения производительных сил в процессе производственных отношений	социальный тип характера индивидов, формирующийся в результате взаимодействия биологической природы человека и требований общества
Цель	получение прибыли в условиях риска и неопределённости	производство и накопление денег («объективизация» денег)	мотивация достижения (вознаграждение, положительная оценка, избегание неудач), стремление к умеренному риску
Базовая черта	стремление к прибыли, использование инноваций	стремление к постоянному накоплению и увеличению капитала	самоконтроль и контроль окружающего мира
Детерминанты	функционирование на рынке, формирующем спрос и предложение товаров, услуг и факторов производства, определяющем рыночную цену, удовлетворяющую	предпринимательская деятельность формируется при непосредственном влиянии неэкономических (социальных) факторов: этика, культура, нравственность, мораль	наличие ситуаций, формирующихся в условиях неопределённости, при конкретных ситуационных ограничениях, что вызывает иррациональность

	всех субъектов хозяйствования, а также воздействующем на уровень деловой активности в условиях неопределенности и риска	и т.д.	принимаемых индивидами решений
Ценность	увеличение прибыли, рост репутационных активов, повышение социального статуса	финансовые ресурсы (деньги, капитал), позволяющие дать количественную оценку результатам производства	самооценка предпринимателя
Исследователи	Джон Стюарт Милль, Даниель Фридрих Лист, Клемент Жюгляр, Карл Генрих Маркс, Альфред Маршалл, Джон Бейтс Кларк, Торнстейн Бунде Веблен, Фрэнк Хайнеман Найт, Йозеф Алоиз Шумпетер, Джон Мейнар Кейнс, Людвиг Эдлер фон Мизес, Фридрих Август фон Хайек, Теодор Уильям Шульц, Израэл Кирцнер.	Карл Генрих Маркс, Зиммель Георг, Вебер Максимилиан, Карл Эмиль, Зомбарт Вернер, Трельч Эрнст, Шпенглер Освальд, Воронцов Василий Павлович, Булгаков Сергей Николаевич, Поланьи Карл Пауль, Бродель Фернан, Валлерстайн Иммануил Морис, Арриги Джованни, Лахман Ричард.	Фрейд Сигизмунд Шломо, Фромм Эрих, Саймон Герберт Александер, Хоманс Джордж Каспер, Макклелланд Дэвид Кларенс, Роттер Джултан Бернард, Одиорне Джордж Стенли, Кетс де Вриез Манфред.

Составлено автором по [15; 61; 108; 188; 189; 190; 191; 204; 205; 272; 281; 284; 292; 298; 299; 202].

С точки зрения определения, цели и базовых черт несомненным является тот факт, что предприниматель функционирует в обществе и с целью удовлетворения личных интересов, обусловленных получением выгоды. Во внешней среде для предпринимателя существует ряд ограничений: неопределенность внешней среды, законы спроса и предложения на рынке, законы самого общества (этика, мораль, религия и т.д.). В обосновании ценности для предпринимателя прослеживается явная тенденция к социализации данного субъекта. Необходимо отметить, что современному предпринимателю присущи все тезисы, представленные выше. Однако в контексте данных таблицы 3 автор

придерживается экономического понимания категории «предприниматель», справедливо предполагая, что социология и психология как самостоятельные науки не искажают экономическую трактовку «предпринимателя», а, скорее, дополняют ее описанием мотивов и особенностей его поведения в социуме. Кроме того, дальнейшее исследование автором закономерностей и тенденций развития предпринимательства будет происходить в плоскости экономики предпринимательства.

Кроме перечисленных выше факторов, определяющих уникальность и специфичность предпринимательской деятельности, как многогранного социо-экономического явления, необходимо также упомянуть тип экономической системы, в котором развивается предпринимательство, поскольку именно он определяет «правила игры» на рынке и создает дополнительные возможности или ограничения для владельцев бизнеса. Следовательно, предпринимательство – это не только экономическое, культурное и духовное явление, предусматривающее инициативную креативную деятельность, но и историческая категория, которая формируется в определенных геополитических детерминантах, сложившихся на конкретной территории, при этом не являющаяся чем-то постоянным и неизменным. Трансформация общественных отношений, преобразование типа экономической системы неизбежно вызовет и перемену форм и способов предпринимательской деятельности, способствуя научно-техническому прогрессу или стагнации экономики (Таблица 2).

В ходе своей эволюции предпринимательская деятельность прошла ряд последовательных этапов. Исторически первыми, а следовательно, и наиболее развитыми на сегодняшний день, стали торговые отношения. До момента Великих географических открытий производство было ориентировано на удовлетворение исключительно внутренних потребностей, международные рынки еще не были сформированы. В результате древние торговцы столкнулись с несовпадением объемов производства и потребления на различных территориях, что легло в основу их предпринимательской деятельности и стало объективным источником извлечения прибыли посредством пространственного перемещения благ.

Таблица 2 – Эволюция предпринимательства в России

Этап истории	Торговля	Промышленность
Древняя Русь (до IX в.)	Купля-продажа изделий, используемых в ремесле и земледелии, а также предметы быта и украшения. Низкие темпы развития экономики и торговли.	Мелкие мануфактуры, удовлетворяющие потребности ремесленников и сельского хозяйства (продукция кузнечного, гончарного производства, ткачество).
Русское государство (IX – XVII)	Торговые санкции, монополия государства на торговые отношения. Автаркия.	Дополнение ремесел промыслами, организация казенных предприятий
Российская империя (XVIII – начало XX века)	Преодоление экономической изоляции, выход в Балтийское море. Основная статья экспорта – продукция сельского хозяйства.	Развитие фабрик, появление первых заводов, рост продукции промышленного производства. Защита промышленников протекционистскими методами.
Советский период (XX век 1917 – 1986 гг.)	Монополия государства, плановая экономика. Кооперативная торговля.	Индустриализация экономики, послевоенное восстановление промышленности.
Современный этап развития (конец XX – начало XXI века)	Рыночная экономика, бурное развитие торговых отношений. Сдерживающие факторы – высокие налоги, антимонопольное законодательство, недостаточно высокая конкурентоспособность продукции	Структурная перестройка, разрушение хозяйственных связей, кризис в реальном секторе экономики.

Составлено автором по [10; 47; 58; 77; 149; 155; 258].

Первоначальное развитие предпринимательская деятельность на Руси получила в эпоху развития сельского хозяйства, следовательно все ее инициативы были направлены на обеспечение земледельцев более совершенными орудиями труда.

Распространение казенных предприятий стало источником роста производительных сил, расширения производственных мощностей и наращивания выпуска продукции.

Дальнейшее развитие российского предпринимательства было связано с послереволюционным периодом 1917-1918 гг., когда в стране сменился политический строй, и у власти оказались сторонники марксистско-ленинской

идеологии. Одной из центральных идей марксизма являлся поиск возможных способов построения справедливого общества. Поскольку рынок сам по себе не справедлив, то в качестве эффективной модели хозяйствования была выбрана плановая (командно-административная) экономика. Особенностью плановой системы являлось централизованное планирование и сосредоточение всех ресурсов в руках государства. Как результат – на протяжении всего периода советского правления в нашей стране предпринимательство находилось в упадке.

Новый расцвет предпринимательская деятельность в России получила в начале 90-х годов XX века, когда в нашей стране произошли очередные преобразования политической системы: на смену централизованному хозяйствованию пришла переходная экономика, в которой был взят курс на развитие рыночных отношений.

Неразвитость российского института предпринимательства конца XX века, отсутствие эффективной системы хозяйствования и налаженных рыночных связей, структурное несовершенство экономики привели к возникновению серьезных трудностей и противоречий на стадии формирования цивилизованного рынка. С наибольшими проблемами столкнулась социальная сфера: российские предприятия массово сбрасывали с себя балласт в виде подшефных школ, детских садов, поликлиник, профилакториев, детских лагерей и прочих объектов социальной инфраструктуры. Роль государства в переходной экономике была крайне слабой, быстрыми темпами шло перераспределение материальных благ, созданных и накопленных в плановой экономике Советского Союза. Подобный передел собственности зачастую носил криминальный характер, что еще больше подрывало роль государственных институтов.

К началу XXI века большинство бывших советских активов было поделено, и производства сосредоточились в руках новых собственников. Появление узаконенной частной собственности на факторы производства стало толчком к развитию предпринимательских отношений в новой России. Первоначальное накопление капитала сопровождалось активным ростом числа мелких и средних предприятий, а также кооперативов различных форм собственности. Однако в

последующие годы крупный бизнес постепенно начал вытеснять мелких производителей, которые не могли выдержать конкуренцию с более сильными игроками, в руках которых были сосредоточены значительные объемы ресурсов, в том числе административных. Поэтому к началу 2010-го года доминирующее положение в российской экономике уже занимали крупные производственные компании.

Таким образом, в России на современном этапе строится экономика с главенствующей ролью корпораций. Еще в 1916 году В.И. Ульянов (Ленин) опубликовал статью «Империализм как высшая стадия капитализма», в которой указал на проблемные вопросы перехода от стадии первоначального накопления капитала к появлению монополий. Главной проблемой монопольных корпораций является общественный характер труда, и частный способ присвоения прибыли. В этом и заключается главное противоречие и основной источник конфликтов на всех вертикалях общества.

В настоящее время корпорации играют все более заметную роль в экономике любой страны мира, являясь неотъемлемой частью современного бизнес-сообщества. И если на заре своего развития ключевой целью деятельности корпораций являлась максимизация прибыли, то сегодня корпорации становятся полноправными участниками рыночных и социальных отношений, что неизбежно накладывает отпечаток на формулирование их миссии и целей. В поисках способов сбережения своих капиталов от возможных социально-экономических кризисов и потрясений, корпорации начинают все более активно участвовать в решении социально значимых общественных проблем, дополняя тем самым социальные функции государства.

Кроме того, конкурентная борьба индивидуальных исследователей и разработчиков на рынке инноваций превращается в настоящую технологическую гонку, результатом которой является не только запатентованное изобретение и полученное вознаграждение, но и общественное признание [263, с. 109], на основе которого выстраивается имидж и репутация современных корпораций, формируются «льготные» схемы налогообложения и т.д.

В ходе эволюции форм предпринимательства изменяются и виды противоречий в его взаимоотношениях с государством и обществом. В первую очередь к таким изменениям ведут глобализационные и интеграционные процессы, интенсификация производительных сил, централизация капитала, укрепление и расширение межгосударственных хозяйственных связей. Способы организации предпринимательской деятельности под влиянием современных трансформационных социально-экономических явлений также изменяются, что закономерно приводит к появлению новых и изменению прежних противоречий (Таблица 3). В данной таблице перечислены самые значимые противоречия, которые сформировались в XX веке и не теряют своей актуальности в настоящее время. Более того, реалии современного мира постоянно дополняют названные противоречия усугубляющимися в следствие роста транснациональных корпораций экологическими проблемами, наличием эпидемий (COVID-19), военных конфликтов, связанных с переделом сфер влияния в мировой экономике, глобальных экономических циклов и кризисов.

Таблица 3 – Противоречия предпринимательской деятельности на современном этапе

Современные особенности предпринимательской деятельности	Последствия функционирования предпринимательских структур	
	положительные	отрицательные
Глобализация экономики	Выход предпринимательства за национальные рамки, новые рынки ресурсов и сбыта продукции	Неравенство в доходах, различные условия доступа к ресурсам и факторам производства, высокий уровень конкуренции
Технологическое развитие	Научно-технический прогресс, появление новых ресурсосберегающих технологий, рост объемов производства	Максимизация прибыли через необоснованное наращивание объемов производства, чрезмерное потребление ресурсов, загрязнение окружающей среды
Новаторство	Креативное мышление, поиск новых эффективных способов производства для повышения конкурентоспособности товаров и услуг	Искажение сути новаторства путем подмены технологий и результатов производства
Частная собственность	Ориентация на конечный результат, личная	Злоупотребление правами собственности

	заинтересованность владельца факторов в эффективных производственных процессах	
Влияние на потребителя	Сокращение рисков нереализации продукции и затоваривания	Утрата функциональности в области регулирования рынка конкурентными механизмами
Финансовые отношения	Унификация, автоматизация, упрощение учета финансовых потоков и платежей, доступ к заемным ресурсам	Усиление кредитной зависимости и проблема роста международной задолженности

Указанные противоречия свидетельствуют о двуединстве любых процессов, происходящих в современной экономической системе, и позволяют подчеркнуть главенствующую роль корпораций в экономике предпринимательства начала XXI века. При этом само существование противоречий позволяет сделать вывод о том, что корпорации на сегодняшний день попали в так называемую глобальную институциональную ловушку, выйти из которой самостоятельно они не могут. Их положение хотя и не оптимально, но устойчиво, и требует активного государственного вмешательства для преодоления сложившейся ситуации. Представляется, что выход из создавшейся ситуации следует искать во взаимодействии государства (власти) и предпринимательства, поиске его эффективных форм, механизмов и методов, осуществляемых при одновременном согласии с обществом.

Обращаясь к экономической мысли, необходимо отметить неоднозначность трактовки взаимодействия государства с другими экономическими субъектами. С точки зрения терминологического аппарата «регулирование» происходит от латинского «regulare», то есть «упорядочивать, приводить в порядок». Следовательно, под государственным регулированием понимается процесс воздействия государства на хозяйственную жизнь общества и связанные с ней социальные процессы, в ходе которого сохраняется заданный целями необходимый порядок [286, с. 6].

В своей диссертационной работе Родионов Д.Г. [216] исследуя основные положения и тезисы известных экономических школ (кейнсианство, монетаризм, институционализм и др.) в части «государственного управления» и

«государственного регулирования», отмечает их терминологическую неустойчивость. Так, последователи Дж. М. Кейнса в изучении политики государственного регулирования П. Самуэльсон и Дж. Тобин предложили систему антикризисных мер, в основу которой положены косвенные инструменты и методы фискальной (налогово-бюджетной) политики, такие как регулирование налоговых ставок, поступлений в государственные внебюджетные фонды и мн.др. Представители монетаристской экономической школы, такие как М. Фридмен и Ф. Хайек, отрицали необходимость чрезмерного вмешательства государства в ход экономической жизни, объясняя это сдерживанием свободы деятельности индивидов и развития конкуренции. Институционалисты, напротив, являются сторонниками государственного вмешательства по причине несовершенства рыночных механизмов и их неспособностью решить современные проблемы общества («провалы» рынка). По мнению Родионова Д.Г., меры и инструменты государственного регулирования (или вмешательства) напрямую зависят от уровня политического и экономического развития, социальной сферы конкретной страны и факторов, способствующих прогрессу. Государственное регулирование не означает управление экономикой в строгом смысле слова. Наоборот, государственное управление подразумевает подчинение интересов индивидов (экономических акторов, населения) централизованной воле. Для любого уровня развития экономики, типа экономической системы и соответствующей ей научной парадигмы характерно применение «управляющих» и «регуляторных» инструментов государственной политики как в частном, так и в общественном секторах [216, с. 63].

В итоге, экономическая мысль современности главной целью государственного регулирования определяет рост благосостояния нации, оптимизацию средств производства и структуры экономики, разрешение дилеммы «эффективность – справедливость». Однако, проблема возможности и необходимости государственного воздействия на рыночные процессы остается дискуссионной до настоящего времени. Так, рассматривая результаты экономических исследований социалистического и капиталистического

производства, а также их сопоставление с современной экономической практикой, следует заметить, что эффективность функционирования объектов предпринимательства современной экономики все в большей мере зависит от принятой системы государственного регулирования [81, с. 49].

Возникает вопрос: что первоочередно – влияние экономики на характер предпринимательства или наоборот, предпринимательство определяет формат экономических отношений? В процессе поиска ответа на данный вопрос автором представлен подход, традиционно используемый в экономической науке, при котором исследуемые дефиниции выстроены последовательно, по принципу «слоеного пирога» – невозможно достичь осмысления нижнего уровня без всестороннего последовательного изучения всех ступеней исследования категории «предпринимательство» (Рисунок 3).

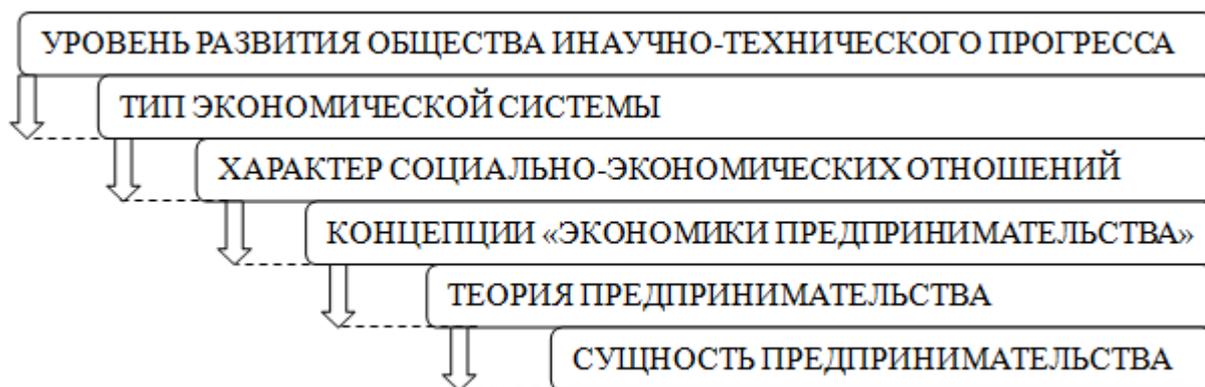


Рисунок 3 – Традиционный подход к исследованию категории «предпринимательство»

Однако на основе исследования развития научной мысли в сфере экономики предпринимательства, на основе предметного изучения предпринимательских контекстов различных экономик автором сделаны следующие выводы:

- «экономика предпринимательства» поглощает, но взаимообуславливает «теорию предпринимательства»;
- «экономика предпринимательства» трансформируется вместе с эпохой, уровнем развития общества, научно-технического прогресса, типом экономической системы;

– тип предпринимательства, как и формы его взаимодействия с экономическими субъектами соответствуют конкретному этапу развития и характеристикам социально-экономических отношений, в совокупности формируя концепцию в рамках «экономики предпринимательства», адекватную условиям хозяйствования;

– при интенсификации социальной направленности экономики усиливается специфика предпринимательства, а именно – его социальная значимость для общества.

На рисунке 4 представлено авторское понимание к исследованию категории «предпринимательство», затрагивающее различные области интересов предпринимательства (от мотива и цели функционирования до возможности влияния на традиционные институты – государство и общество, привлекая принципиально различных акторов) и определяющий экономику предпринимательства как научную область, состоящую из параллельно развитых теоретических основ предпринимательства всех уровней (теория предпринимательства), разработанных представителями различных научных школ и направлений.

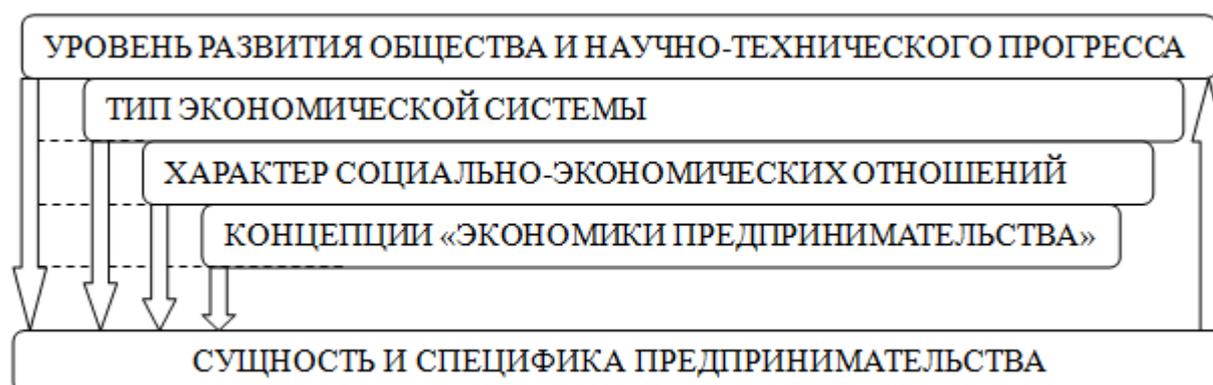


Рисунок 4 – Авторское видение исследования категории «предпринимательство»

В авторском понимании актуализируется постановка вопроса о выделении предпринимательской деятельности из традиционной экономической деятельности, предопределяя научный интерес в части поиска отличительных характеристик и новых методов ее изучения. В свою очередь, по мере

распространения современных и активно прогрессирующих исследований в части проникновения предпринимательской инициативы и инновации в иные сферы деятельности (например, социальную), определенной трансформации в очередной раз подвергнется дефиниция «предпринимательство» как таковая.

Таким образом, в экономической науке в разные периоды времени существовали различные точки зрения на содержание категории «предпринимательство». В настоящее время роль предпринимателя, а также сущность и специфика предпринимательства в экономике не вызывают сомнений, но остаются дискуссионными. С одной стороны, предприниматель является сложным объектом для изучения науки, поскольку он обладает множеством разнообразных свойств, относящихся к экономике, психологии, социологии и многим другим. С другой стороны, трансформация теории предпринимательства в рамках той или иной концепции «экономики предпринимательства» (научного направления) влияет на эволюцию предпринимателя как субъекта социально-экономических отношений.

1.3 Закономерности и тенденции развития предпринимательства в условиях сервисизации и формирования социально-ориентированной рыночной экономики в России

Как предприниматели соответствуют типу своей эпохи и общества, так и специфика предпринимательской деятельности в рамках любого общества определяется характером господствующей экономической системы, поскольку производительная деятельность хозяйствующих субъектов не может быть опосредована от тех, кто формирует стратегию экономического развития государства. Однако, анализируя отдельные аспекты современного предпринимательства в России, необходимо отметить многочисленные факты, которые указывают на наличие несовпадения экономических интересов предпринимательского сообщества с государственными целями экономического развития. Зачастую, это связано с отсутствием у большинства хозяйствующих

субъектов гражданской ответственности перед собственным государством и как следствие, ориентации на социальную значимость своей деятельности. Поэтому в условиях социально-ориентированной рыночной экономики в России проблема построения новой предпринимательской идеологии на принципе социализации становится более чем актуальной.

Первые упоминания о предпринимательской деятельности в нормативно-законодательной базе нашей страны датируются 1990 годом, и содержатся в Законе РСФСР от 24 декабря 1990 г. № 443-1 «О собственности в РСФСР» (не действует в настоящее время), Законе РСФСР от 25 декабря 1990 г. № 445-1 «О предприятиях и предпринимательской деятельности» (не действует в настоящее время) [10]. Здесь были закреплены до принятия Конституции РФ постулаты о праве частной собственности, виды предприятий, где наряду с государственными и муниципальными присутствуют индивидуальные частные (ИЧП), акционерные общества (АО), товарищества и т.п. Вектор развития отечественной экономики начала 1990-х годов, направленный на активное развитие рыночных отношений, обусловил необходимость проведения приватизационных процессов, начало которых было положено в рамках Закона РСФСР от 3 июля 1991 г. № 1531-1 «О приватизации государственных и муниципальных предприятий в Российской Федерации» (утратил силу) и Указа Президента РФ от 01 июля 1992 г. № 721 «Об организационных мерах по преобразованию государственных предприятий, добровольных объединений государственных предприятий в акционерные общества» (утратил силу).

В дальнейшем основным нормативным актом в сфере регулирования предпринимательской деятельности стала Конституция РФ, которая определяет правовые основы свободы предпринимательства. Также Конституция РФ устанавливает, что в ведении Российской Федерации находятся установление правовых основ единого рынка; финансовое, валютное, кредитное регулирование, денежная эмиссия, основы ценовой политики; федеральные экономические службы, включая правовое регулирование статуса и функционирования Банка России [1, ст. 71]. Гражданский кодекс РФ также формирует основу

законотворчества в сфере предпринимательства, включая федеральные законы и иные подзаконные правовые акты, в том числе субъектов Российской Федерации. Важную роль в регулировании предпринимательской деятельности играют нормы Налогового кодекса РФ, Бюджетного кодекса РФ, Кодекса РФ об административных правонарушениях. Однако при всем объеме законодательства, регулирующего деятельность предпринимателей, специалисты не пришли к единому мнению об отождествлении в юридическом аспекте таких категорий, как «предпринимательская деятельность» и «предпринимательство».

Легальное определение понятия «предпринимательская деятельность» дано в части 1 ст. 2 ГК РФ – самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке [2].

Законодательством РФ также закреплены понятия «индивидуальный предприниматель» (как форма осуществления предпринимательской деятельности), «предприятие», «субъекты малого и среднего предпринимательства». Статья 23 ГК РФ косвенно дает определение индивидуального предпринимателя. В соответствии с ним индивидуальный предприниматель – это регистрация (форма признания) государством гражданина, позволяющая ему заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица. Определение предприятия содержится в статье 132 ГК РФ. Предприятие – имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности [2]. Статья поясняет, что в состав предприятия входят все виды имущества: земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, сырье, продукция, права требования, долги, а также права на обозначение, исключительные права. Федеральный закон от 24.07.2007 года №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» содержит понятие «субъекты малого и среднего предпринимательства», под которыми закон понимает хозяйственные общества,

хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели, соответствующие определенным критериям, отражающим их масштабы («малые» и «средние») [6], [191].

Необходимо отметить основные характерные черты современного российского предпринимательства, определяющие его сущность с учетом действующей нормативно-правовой базы:

- наличие предпринимательского риска как стимула к успешному ведению бизнеса;
- активное внедрение инновационных технологий и научных разработок;
- развитие специфических деловых качеств, особой психологии и мотивации поведения;
- применение управленческого подхода при реализации своих функций.

Так, риск предпринимателя не всегда сводится к сдерживающему развитие фактору и негативными последствиями. Такой отрицательный аспект предпринимательского риска как банкротство рассматривается отдельными авторами как сильнейший стимул к успешному ведению бизнеса. Кроме того, инновационность как неотъемлемая часть современного предпринимательского продукта требует больших капиталовложений, зачастую, без гарантий скорого и стабильного возмещения. В большинстве своем российский бизнес нацелен на быстрые деньги (сегодня купил – завтра продал). Не теряет своей актуальности и способность предпринимателя не только рисковать, но и проявлять свои деловые качества, применяя новые поведенческие сценарии, адекватные той или ситуации. Все вышеперечисленные черты, характерные для современного представителя предпринимательства, в совокупности позволяют оценить его действия с точки зрения управленца. Реализация предпринимательской функции сегодня невозможна без особого характера мышления и склада ума, творческого подхода к деятельности, позволяющих получать «интракапитал» – необходимый для реализации идей [91, с. 25-27].

Помимо этого, получение прибыли является главной сущностной

характеристикой, лежащей в основе организации предпринимательской деятельности, основанной на следующих принципах:

- независимость в выборе вида деятельности, соответствующего действующему законодательству;
- самостоятельность при построении стратегии деятельности;
- свобода в выборе факторов и средств производства (основной и оборотный капитал, наем рабочей силы пр.);
- свобода ценообразования и распределение прибыли от реализации на продукции;
- обязательства расчетов с кредиторами и государством;
- возможность участия в международной торговле (в пределах действующего законодательства);
- законность (в рамках действующего законодательства), ответственность (экономическая и этическая) и эффективность деятельности (достижение наилучшего результата при минимальных затратах) [191, с. 8].

Предпринимательство можно рассматривать как организованную определенным образом совокупность бизнес-организаций (предприятий, фирм, компаний), частных товаропроизводителей (индивидуальных предпринимателей) и различных их объединений, сформированных для более эффективного использования имеющихся ресурсов и извлечения наибольшей прибыли. Подобная совокупность образует целостную систему предпринимательства, нацеленную на выполнение следующих функций: экономической, ресурсной, инвестиционной, инновационной, организационно-управленческой, социальной, политико-правовой.

Важнейшей среди названных функций является экономическая, так как именно она определяет ключевую роль предпринимательских структур в функционировании рыночных отношений. Каждый предприниматель представляет собой самостоятельный субъект рынка, формируя бизнес-среду и значимые условия ее развития. Целью предпринимательской деятельности является производство различных товаров и услуг для удовлетворения

имеющихся в обществе потребностей, а также извлечения прибыли из данного процесса. Чем эффективнее предприниматель реализует свою экономическую функцию, тем больше возможностей он имеет для своего развития и выполнения всех прочих названных выше функций. Более того, экономическая функция является объективной, поскольку хозяйственная деятельность любого предпринимателя подчинена воздействию рыночных сил, под влиянием которых формируются спрос, предложение, рыночная цена и прочие параметры рынка.

Еще одной значимой функцией предпринимательства является ресурсная – как эффективное использование воспроизводимых и ограниченных ресурсов. Если масштабы потребления воспроизводимых ресурсов слишком расширяются, то восстановительных способностей природы может не хватить, чтобы компенсировать использованные предпринимателями ресурсы. Так, например, в России за последние 15 лет в результате массовых хищнических рубок леса площади ежегодных посадок и посевов лесных культур сократились почти в 5 раз (с 900 до 180 тыс. га) [191, с. 12-13].

Современному предпринимательству свойственна творческо-поисковая или инновационная функция, связанная не только с использованием в процессе предпринимательской деятельности новых идей, но и с выработкой новых средств и факторов для достижения поставленных целей. Организаторская функция проявляется в принятии предпринимателями самостоятельного решения об организации собственного дела, его диверсификации, во внедрении внутрифирменного предпринимательства, в формировании предпринимательского управления, в создании сложных предпринимательских структур, в изменении стратегии деятельности предпринимательской фирмы и т.д. Социальную функцию предпринимательство приобретает в процессе становления социально-ориентированной рыночной экономики, проявляющуюся в возможности каждого дееспособного индивидуума быть собственником дела, с наибольшей отдачей проявлять свои индивидуальные таланты и возможности. Современному предпринимательству свойственна и политическая функция, которую осуществляют, как правило, ассоциации (союзы) предпринимателей. Сущность

предпринимательства наиболее комплексно проявляется в сочетании всех присущих ему функций, которые объективно свойственны цивилизованному предпринимательству, но во многом зависят от действующей системы государственной поддержки и регулирования предпринимательства, от типов субъектов предпринимательской деятельности [32; 91, с. 37-39; 116, с. 104; 192; 208].

В настоящее время существует большое разнообразие подходов и методик, определяющих типологию предпринимательства с помощью качественных и количественных критериальных признаков.

По форме собственности предпринимательскую деятельность подразделяют на частную и государственную. Частное предпринимательство осуществляется от имени зарегистрированного предприятия или предпринимателя. Государственное предпринимательство – от предприятия, учрежденного государственными органами управления или органами местного самоуправления. Также предпринимательская деятельность может осуществляться как в индивидуальной форме (в том числе без образования юридического лица), так и в смешанной (общей) форме собственности, принадлежащей двум и более лицам. В зависимости от количества собственников предпринимательство может быть индивидуальным (семейным) и коллективным (партнерским). Согласно Уголовному кодексу РФ предпринимательство подразделяется на законное, незаконное, лжепредпринимательство, осуществление которого ведется либо с нарушением правил регистрации, либо при ее отсутствии (ч. 1 ст. 171 УК РФ) [3].

В зависимости от направлений деятельности предпринимательство подразделяется на производственное, коммерческое, финансовое и консультативное. По критерию территориальной принадлежности предпринимательство подразделяется на местное, региональное, национальное, международное и мировое. В зависимости от показателей экономической деятельности: быстрорастущие и медленно наращивающие темпы развития компании; высокоприбыльные и низкорентабельные организации, осуществляющие низкорисковые и высокорисковые виды деятельности. В

зависимости от сроков деятельности различают: постоянно действующие и временно создаваемые для решения конкретной задачи предпринимательские организации [188, с. 16-22].

Наиболее активно исследуемый критерий типологизации предпринимательской деятельности – статус, в рамках которого определяют: малое (в том числе микро), среднее и крупное предпринимательство. Федеральным законом Российской Федерации «О развитии малого и среднего предпринимательства» от 24.07.2007 года №209-ФЗ установлены критерии отнесения хозяйствующих субъектов к категориям малого и среднего предпринимательства. В соответствии со ст. 4 Закона к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся: потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, (далее – индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие следующим условиям:

1) для юридических лиц – суммарная доля участия в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) указанных юридических лиц: Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, иностранных граждан, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов (за исключением активов акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов) не должна превышать двадцать пять процентов, а доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, не должна превышать двадцать пять процентов;

2) средняя численность работников для средних предприятий – от ста одного до двухсот пятидесяти человек.

3) предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) и балансовой стоимости активов устанавливаются Правительством Российской Федерации [268].

Ряд исследований подтверждает положительную связь между относительным размером сектора МСП, благосостоянием населения и экономическим ростом. Кроме того, рост количества малых и средних предприятий приводит к росту конкуренции и общей производительности труда в экономике, росту доходов населения [253, с. 1].

По данным АО «Российская венчурная компания» (РВК) – государственный фонд фондов и институт развития венчурного рынка Российской Федерации, доля малых и средних предприятий в валовом внутреннем продукте (ВВП) развитых стран мира в 2019 году достигает в среднем 60% [218]. Абсолютно корректное сопоставление секторов малого и среднего предпринимательства России и зарубежных стран провести невозможно из-за различий в статистической практике. Так, критерий по численности работников не адекватен для использования в развивающихся странах, не входящих в состав ОЭСР, где высока доля скрытой занятости. Применительно к российской практике МСП в международных методиках OECD, Eurostat¹ учтена лишь часть данных о национальном секторе малого и среднего предпринимательства, поскольку отсутствует информация об индивидуальных предпринимателях, о предприятиях с нулевым числом работников [16, с. 36]. Разнообразие критериев обусловлено объективными институциональными особенностями стран, различиями в структуре экономики и целях государственной политики [35, с. 56, 63].

Увеличение доли ВВП, создаваемой малыми и средними компаниями, с 20% до 40% указано в качестве стратегического ориентира в «Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года», утвержденной Правительством Российской Федерации (распоряжение № 1083-р от 2 июня 2016 года). Кроме того, базовыми индикаторами достижения указанной цели в 2030 году выступают: увеличение в 2,5 раза оборота малых и

¹ Методика Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР, международная экономическая организация развитых стран, с англ. Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD), Евростат (статистическая служба стран Евросоюза, с англ. Eurostat) определяет 4 категории предприятий в зависимости от численности занятых: 1-9 занятых, 10-19 занятых, 20-49 занятых, 50-249 занятых. Предприятия с числом занятых свыше 250 человек считаются крупными.

средних предприятий в постоянных ценах по отношению к 2014 году (в реальном выражении); увеличение в 2 раза производительности труда в секторе малого и среднего предпринимательства в постоянных ценах по отношению к 2014 году (в реальном выражении); увеличение доли обрабатывающей промышленности в обороте сектора малого и среднего предпринимательства (без учета индивидуальных предпринимателей) до 20%; увеличение доли занятого населения в секторе малого и среднего предпринимательства в общей численности занятого населения до 35% [11, с. 6].

По данным материалов «Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» от 2 июня 2016 года вклад малого и среднего предпринимательства в макроэкономические показатели в Российской Федерации существенно ниже, чем в большинстве не только развитых, но и развивающихся стран. На малые и средние предприятия приходится только 5-6% общего объема основных средств и 6-7% объема инвестиций в основной капитал в целом по стране, а производительность труда в секторе МСП, по оценке Министерства экономического развития Российской Федерации, отстает от уровня развитых стран (США, Японии, стран Европейского союза) в 2-3 раза [11, с. 3].

Официальным источником информации о субъектах МСП является Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства Федеральной налоговой службы (ФНС), который ежемесячно предоставляет оперативные данные по России и в разрезе регионов о количестве субъектов МСП, численности работников, объемах продукции [101]. При рассмотрении динамики числа предприятий, занесенных в Единый реестр, наблюдается тенденция: значительное сокращение числа предприятий происходит в августе каждого года. Так, именно в названном месяце происходит пересмотр возможности отнесения предприятий к соответствующей категории на основании данных о выручке компаний за предшествующий год, в результате чего часть предприятий удаляется из данного реестра [17, с. 1; 18, с. 15].



Рисунок 5 – Динамика субъектов МСП, численности работников, выпущенной продукции, в процентах к итогу [101]

По данным на 10.01.2020 года в РФ функционируют 5916906 субъектов малого и среднего предпринимательства (включая микро), что на 1% больше, чем в 2017 году (5865780 единиц). На рисунке 5 представлена динамика количества субъектов микро, малого и среднего предпринимательства, среднесписочной численности работников и объемов выпущенной продукции в период 2017-2020 гг. (на 10 января каждого года).

Резкое сокращение числа созданных в РФ организаций явилось одним из факторов, оказавших влияние на стабильность, а в период 2019-2020 гг. – на незначительное снижение показателей по количеству субъектов МСП и численности работников в период 2017-2020 гг.

Среди прочих детерминант, оказавших негативное влияние на количество предприятий и организаций малого и среднего бизнеса в России, аналитиками выделяется развитие сектора самозанятых, «оттягивающих» работников из сферы индивидуального предпринимательства.

Существует два типа «самозанятых»: граждане, организующие малое предприятие, привлекающие работников, арендующие оборудование и помещения. Данный вид самозанятых можно перевести в разряд индивидуальных предпринимателей; граждане, выполняющие работу для физических лиц, удовлетворяя тем самым свои собственные потребности (репетиторы, няни, люди, частным образом ремонтирующие квартиры, сантехнику и т. д.) [89, с. 35-36]. С целью легализации деятельности самозанятых в отдельных регионах России (г. Москва, Московская и Калужская области, Республика Татарстан) запущен проект в рамках Федерального закона от 27.11.2018 №422-ФЗ (ред. от 15.12.2019) «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» [186]. Его суть заключается в том, что граждане, оказывающие платные услуги без привлечения наемных работников, должны отчислять в бюджет 4% от суммы своего дохода при работе с физическими лицами и 6% – при работе с компаниями. С 01 января 2020 года введение налога для самозанятых охватило еще 19 регионов [23, с. 211].

Непредоставление отчетности в установленный срок также является фактором, сдерживающим рост сектора МСП. Речь идет о ежегодном пересмотре ФНС Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства. «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 №195-ФЗ (ред. от 20.07.2020) [186] в качестве одной из мер административного наказания предусматривает приостановление деятельности проверяемого предприятия на срок до 90 суток.

В целом, утверждать о резком спаде российского сектора малого и среднего предпринимательства, будет неправильно. Подтверждением этого служит как рост объема выпущенной продукции и услуг на 54% в период 2018-2020 гг. (Приложение Б, Таблица Б.1), так и статистика по средним и малым предприятиям в части оборота по видам экономической деятельности (Таблица 4). Так, оборот субъектов сектора МСП с 2017 год по 2019 год в совокупности увеличился на 8% при одновременном росте количества данных предприятий за аналогичный период всего на 3% (Приложение Б, Таблица Б.1).

Таблица 4 – Динамика оборота малых (включая микро) и средних предприятий по видам экономической деятельности (млрд. руб.)

Группировка по видам экономической деятельности	2017		2018		2019		2020	
	средние	малые	средние	малые	средние	малые	средние	малые*
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	402,3	853,0	439,5	970,1	402,4	983,8	531,7	-
Добыча полезных ископаемых	101,4	204,0	114,7	247,0	100,4	267,5	122,3	-
Обрабатывающие производства	1594,7	4194,6	1647,6	4758,0	1599,5	5086,0	1852,9	-
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	74,6	253,0	93,0	275,9	75,6	258,9	97,5	-
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	48,5	300,5	45,9	352,1	48,7	365,8	55,9	-
Строительство	500,3	5573,3	512,4	5630,8	514,1	5246,3	946	-
Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	2749,1	28172,9	2907,9	31434,0	2573,3	30375,1	3008,1	-
Транспортировка и хранение	261,2	1851,1	237,5	2103,9	222,7	2441,0	273,8	-
Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	27,9	753,0	30,7	830,0	25,3	922,6	26,9	-
Деятельность в области информации и связи	100,9	798,5	106,6	960,4	103,6	949,0	136,1	-
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	143,7	2190,9	148,6	2221,3	143,1	2368,6	188,3	-
Деятельность профессиональная, научная и техническая	161,2	1753,3	210,8	1732,0	183,3	1817,9	193,8	-
Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	48,6	850,7	57,0	954,1	59,7	1015,8	73,3	-
Образование	0	28,6	0	28,0	0	33,9	0	-
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	35,0	342,8	40,1	398,5	42,4	476,4	48,6	-
Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	4,1	116,7	7,4	153,5	10,4	137,2	8,7	-
Всего	6276,8	48459,2	6622,0	53314,2	6141,6	52964,0	7563,9	-
	54735,8		59936,2		59105,6		-	

*данные по малым предприятиям (включая микропредприятия) представлены на портале Федеральной службы государственной статистики до 2019 года.

Составлено автором по [268].

В разрезе видов экономической деятельности (ВЭД) стабильная тенденция к росту оборота субъектов МСП отмечается в сфере образования; деятельности в области здравоохранения и социальных услуг, а также водоснабжении, водоотведении, организации сбора и утилизации отходов, деятельности по ликвидации загрязнений. В отношении предприятий среднего предпринимательства оборот растет по таким ВЭД как строительство; деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений. Увеличение оборота малых предприятий происходит в следующих ВЭД: добыча полезных ископаемых; обрабатывающие производства; сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство; транспортировка и хранение; деятельность гостиниц и предприятий общественного питания; деятельность по операциям с недвижимым имуществом. Большинство из вышеперечисленных видов экономической деятельности, несмотря на незначительные доли и обороты в секторе МСП, относятся к социально значимым, и в различных региональных программах развития предпринимательства утверждены как приоритетные (например, Ханты-Мансийский автономный округ, Орловская область, Мурманская область и т.д.).

Несомненно, еще одним фактором, сдерживающим рост сектора МСП, является стремление предприятия повысить эффективность своей деятельности за счет координации усилий партнеров путем укрупнения. К укрупнению предпринимательства прибегают чаще всего с целью: снижения издержек производства, улучшения качества и диверсификация производимой продукции, получения налоговых льгот, оптимизации системы управления, возможности разделения рисков в рамках группы компаний, достижения синергетического эффекта от взаимодополнения активов компаний. По данным государственной статистики наибольшая рыночная концентрация по методике расчета индекса Херфиндаля-Хиршмана наблюдается в сфере обрабатывающих производств и добычи полезных ископаемых.

В целом, предприятия и организации в сфере материального производства

все чаще применяют механизмы межкорпоративного взаимодействия, основанные на включении предпринимательских единиц в виде отдельных акционерных обществ, финансово-промышленных групп, холдингов, концернов и т.п. в бизнес-сообщества и прочие формальные или неформальные объединения. Если в начале XX века корпорация представляла собой достаточно жесткую экономическую единицу, функционирование которой задано на достижение единой для всех участников цели, то сегодня корпорация эволюционировала в свободный для творчества и инноваций союз, построенный на тесном взаимодействии партнеров не только внутри данного института, но и на открытом диалоге с государством и обществом [124, с. 52-54]. Подобную корпорацию современные авторы определяют как «неокорпорация» (в работах М.В. Кивариной, Д.А. Плетнева).

Возвращаясь к тенденциям развития предпринимательства в современной российской экономике в рамках данного диссертационного исследования автором акцентируется внимание на трех фактах.

Во-первых, снижение количества действующих юридических лиц. Статистика подтверждает, что в отечественной экономике в 2019 году число индивидуальных предпринимателей (4,1 млн. ед.) впервые превысило число юридических лиц (4 млн. ед.). Данный факт обусловлен активизацией работы государственных налоговых органов по исключению из федерального информационного ресурса ЕГРЮЛ (Единый государственный реестр юридических лиц) фактически брошенных компаний и организаций, по которым несвоевременно или недостоверно указаны сведения.

Во-вторых, необходимо отметить, что на сегодняшний день в России наблюдается тенденция к ежегодному снижению числа созданных организаций (юридических лиц) в разрезе видов экономической деятельности – от 4486 единиц предприятий в 2016 году до 1316 единиц в 2018 году (минус 71%), из них по количеству впервые созданных – снижение на 70%. Из-за административных барьеров современный предприниматель переходит к более простым и экономичным организационным формам, например, индивидуальному предпринимательству. Кроме этого, при снижении порога рентабельности

(например, рост затрат, связанный с покупкой кассового аппарата) в условиях нестабильной макроэкономической ситуации компании вынуждены либо уходить в тень, либо переходить на более выгодный налоговый режим. Данная тенденция затронула как отрасли промышленности социально значимых товаров², так и социально значимые ВЭД, такие как образование (снижение на 96%); деятельность в области здравоохранения и социальных услуг (снижение на 68%), обеспечение электрической энергией, газом и паром кондиционирование воздуха; водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений (снижение на 41%) и т.д. (Приложение Б, Таблица Б.2).

В-третьих, интенсивность развития предпринимательства в регионах России напрямую обусловлена показателями предпринимательской активности (демографии предпринимательства). При этом в отечественной литературе отсутствуют иные надежные оценки динамики развития предпринимательства в России за длительный период времени [187, с. 200]. Демография предпринимательства по методике Росстата предполагает разделение предприятий, включенных в Статистический регистр хозяйствующих субъектов (Статистический регистр Росстата), на несколько групп: предприятия с высоким потенциалом роста – это предприятия с численностью работников не менее 10 человек на начало периода роста, на которых прирост численности наёмных работников или оборота в течение трёх лет сохраняется не ниже 10% в год; быстрорастущие предприятия – предприятия с численностью работников не менее 10 человек на начало периода роста и со средним годовым приростом численности работников или оборота, превышающим 20% в год за трёхлетний период. В рамках указанных групп выделяются следующие подгруппы: «газели» – это подгруппа быстрорастущих предприятий, возраст которых не превышает пяти лет; «мыши» – это группа предприятий, имеющих численность работников от 5 до

² Приказ Минпромторга России от 27.02.2020 N647 «Об утверждении Перечня видов экономической деятельности в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2), относящихся к отраслям промышленности социально значимых товаров».

10 человек на начало периода роста, которые по показателям прироста численности работников или оборота могут быть отнесены к предприятиям с высоким потенциалом роста или быстрорастущим предприятиям. В зависимости от вышеуказанных критериев на рисунке 6 представлена предпринимательская активность, выраженная в числе активных, растущих и угасающих предприятий в Российской Федерации [268].

Динамика демографии предпринимательства обусловлена не только общей тенденцией к уменьшению числа зарегистрированных в РФ предприятий, но и снижением количества ежегодно созданных предприятий, представленной в Приложении Б.

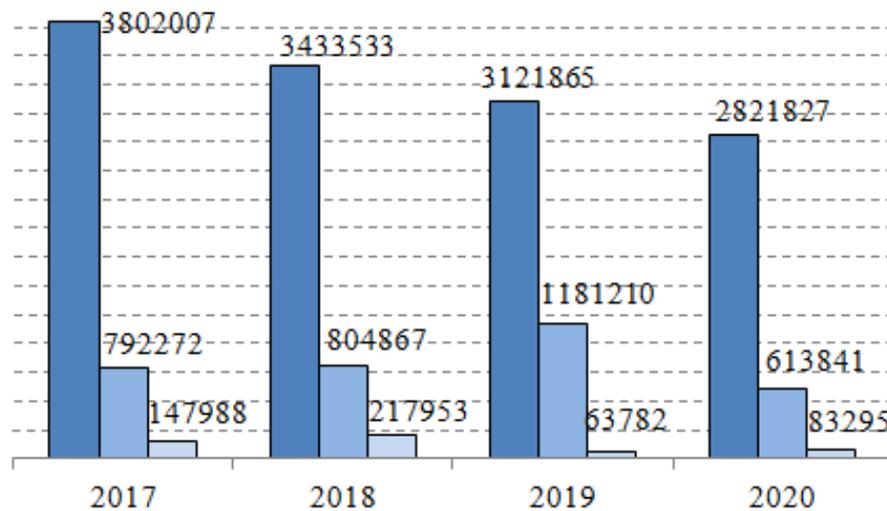


Рисунок 6 – Динамика показателей предпринимательской активности предприятий в РФ (единиц)

На фоне общего спада количества исследуемых объектов с 4,7 млн. единиц в 2017 году до 3,5 млн. единиц в 2020 году и снижения доли активных предприятий (с 80,1% в 2017 году до 71,5% в 2019 году) наблюдается увеличение доли растущих экономических субъектов – с 16,7% в 2017 году до 27% в 2019, а также спад числа угасающих предприятий с 3,2% до 1,5% за аналогичный период (Таблица 5). В 2020 году негативное воздействие на активность бизнеса оказали последствия пандемии коронавируса (COVID-19).

Таблица 5 – Демография предпринимательства в период 2017-2020 гг., в процентах к итогу

Наименование	2017	2018	2019	2020
Активные предприятия, %	80,1	77	71,5	80,2
Растущие предприятия, %	16,7	18,1	27	17,4
Угасающие предприятия, %	3,2	4,9	1,5	2,4
Всего, ед.	4742267	4456353	4366857	3518963

В разрезе видов экономической деятельности наибольшая доля активных и растущих предприятий в 2020 году представлена в торговле оптовой и розничной (31,8%); в строительстве (13,9%); в обрабатывающих производствах (10,1%). Наименьшее значение доли активных и растущих предприятий наблюдается в сфере образования (0,4%); добыча полезных ископаемых (0,6%); обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха (0,6%); водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений (0,8%); деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений (0,9%); деятельность в области здравоохранения и социальных услуг (2%); деятельность гостиниц и предприятий общественного питания (3,1%) (Приложение Б, Таблица Б.3).

Подобное распределение предпринимательской активности по ВЭД связано, в первую очередь, с мерами сознательного государственного контроля и надзора в сфере социально значимых видов деятельности, таких как образование, здравоохранение, культура и спорт, жилищно-коммунальное хозяйство, предоставление социальных услуг и т.п. Общественная регулирующая роль со стороны государства срабатывает как естественный «тормозной механизм» для хозяйственного роста, что негативно отражается на обеспечении соблюдения интересов не только производителей и инвесторов, но и потребителей, социума в целом. Поэтому в современной практике предпринимательства все чаще проявляют себя формы предпринимательства, направленные на достижение своих долгосрочных целей посредством выявления и согласования интересов государства, экономических субъектов и общества.

Приоритет интересов всего общества, а не отдельных его групп или

хозяйствующих субъектов обосновывает принцип методологической социализации, присущий как современным экономическим отношениям в России, так и определяющий направления развития в экономике предпринимательства. Для более детальной проработки сущности предпринимательства, а также выявления его специфики для целей данной диссертационной работы, автор приводит трактовки исследуемой дефиниции в двух аспектах: как явление и как процесс. Предпринимательство как явление представляет собой совокупность отношений политических, экономических, социальных, организационных, личностных, направленных на организацию предпринимательской деятельности с целью производства товара, услуги и получения прибыли (дохода), а также удовлетворения потребностей потребителя и удовлетворения личностных ценностей и духовных потребностей самого предпринимателя. Предпринимательство как экономическое явление отражает товарный характер отношений предпринимателей с другими хозяйствующими субъектами на основе действия экономических законов рыночной экономики (спроса и предложения, конкуренции, стоимости и др.) и всех инструментов товарного производства и обращения. Предпринимательство как процесс состоит из непрерывных, целенаправленных действий предпринимателя от появления предпринимательской идеи и до ее практической реализации [78, с. 56; 91, с. 34].

Рассмотренный выше подход к определению понятия «предпринимательство» как процесса и как особого вида человеческой деятельности фактически приравнивает его к хозяйственной деятельности как таковой, с терминологической точки зрения отождествляя с «предпринимательской деятельностью». Между тем для обозначения хозяйственной деятельности в русском языке уже достаточно давно закрепилось английское слово «business» (бизнес). Оксфордский словарь английского языка ставит в соответствие слову «business» задачу, обязанность, компетенцию, причину визита, привычное занятие, профессию, сделку [328, с. 1264]. В том числе под «business» понимается и «undertake», то есть предпринимать, браться за что-то. Англо-русский словарь в первую очередь переводит слово «business» как

дело, занятие, профессию [176]. Таким образом, понятие бизнес толкуется значительно шире, нежели понятия «предпринимательство», «предпринимательская деятельность». Между тем, словарь С.И. Ожегова определяет бизнес как то, что является источником дохода, а бизнесмена как предпринимателя. Предприниматель, по определению того же словаря, это владелец предприятия, фирмы, деятель в экономической или финансовой сфере, организатор выгодного дела, бизнесмен [190, с. 12]. Экономист Бертон Клейн предполагает более широкий взгляд на предпринимателя, называя его «брокером, объединяющим желание с экономической и возможное с технологической точки зрения» [317]. В работах Дж. Тиммонса и Спинелли предприниматель предстает в роли «мыслителя», стратегически понимающего картину мира [329].

Таким образом, «предпринимательство» рассматривается автором как многоаспектная категория, связанная с особым видом человеческой деятельности, включающим хозяйствование, принятие решений, управление и профессию. Подобный подход позволяет автору оперировать понятием «бизнес», отождествляя термины «предпринимательство» («предприниматель»), «предпринимательская деятельность», «бизнес» («бизнесмен»), что не противоречит цели, задачам и полученным результатам, выводам научной работы.

Социальный характер современного общества и экономической эпохи в целом обусловили трансформацию набора черт делового человека. Наряду с личной мотивацией достижения (максимизация прибыли), мотивацией избегания неудач (стремление к умеренному риску), стремлением контролировать окружающий мир (например, посредством монополизации, стремлению к инновациям) и к увеличению степени свободы (экономической, личной) спецификой предпринимательской активности сегодня является попытка сформировать такую среду (внутреннюю и внешнюю), в которой максимально обеспечены комфортные условия не только для бизнеса, но и других участников социально-экономических отношений, поскольку от их благополучия и уровня жизни напрямую зависит эффективность реализации предпринимательских идей.

Использование вышеуказанных параметров для определения типологии

современного предпринимательства в совокупности с характерными и специфичными его чертами недостаточны с позиций выяснения многогранности данного явления и той роли, которую предпринимательство играет сегодня в экономической системе страны и региона.

Уровень развития предпринимательской активности и уровень развития экономики страны при каждом конкретном типе экономической системы, как в теоретическом, так и в практическом плане – категории взаимосвязанные. Как сам тип бизнеса может быть определен характеристиками современной экономики, так и преобразования в экономике опираются на предпринимательство как движущую силу общественного развития. Так, качественные сдвиги в структуре общественного производства, образе жизни людей позволяют говорить о переходе ряда стран мира к постиндустриальной стадии развития общества как о реальном факте.

Существуют научно обоснованные критерии перехода страны к постиндустриальному пути развития. Среди основных из них можно выделить:

- численность и удельный вес занятых в сфере услуг превышают абсолютную и относительную занятость во всех сферах материального производства;

- доля сферы услуг в ВВП превышает 50%;

- темпы роста производства и продаж нематериальных благ выше, чем темпы роста производства и продаж физических лиц;

- инвестиции в нематериальные отрасли хозяйства по объемам и темпам больше, чем инвестиции в материальные.

Так, в конце XX века Россия встала перед стратегическим выбором концепции (модели) своей экономики и всего общества.

Сущность первой модели заключается в продолжение либерального курса, основанного на сокращении роли государства, приватизации остатков государственной собственности, окончательного «освобождения» цен и внешней торговли, что позволило бы России включиться в мировой рынок, но только в качестве сырьевого «придатка». Вторая модель – возврат к централизованно-

управляемой экономике нерыночного типа, что представляется невозможным в современных условиях хозяйствования.

В наши дни основой развития экономики становится широкое внедрение инноваций, современных информационных технологий и достижений научно-технического прогресса в целом. Данное требует, в первую очередь, творческой мотивации к труду, что невозможно в условиях жесткого директивного планирования и затратного ценообразования. Поэтому, единственно возможной перспективой для нашей страны считалось применение третьей концепции развития – формирование социально-ориентированной, смешанной экономики, в которой действует правовое государство, а товарно-денежные отношения используются цивилизованно, что усиливает социальные приоритеты в деятельности государства. Такая модель предполагает двухполюсную экономику, сочетающую в себе рынок и план, рыночную эффективность и социальную политику.

Социальная рыночная экономика, сформировавшаяся в XX веке в российской практике хозяйствования и значительно трансформировавшаяся в экономической теории со времен классического рынка свободной конкуренции, характеризуется тенденцией к нарастанию регулирующей роли государства наряду с гармонизацией достижения общественно значимых и личных целей, что обусловило становление в России новой научной парадигмы и хозяйственной практики – социально-ориентированной рыночной экономики (СОРЭ).

Цели и принципы СОРЭ актуализировали проблему установления баланса между применением инструментов государственного регулирования и естественным ходом экономических процессов, неизбежно сопровождающихся поиском форм и механизмов взаимодействия экономических субъектов. Решение поставленных вопросов в рамках указанной проблемы относится к основным задачам в процессе становления новой формы экономической жизни, которые приобрели специфические черты в условиях российских реалий:

1. «Ширина» и «глубина» государственного регулирования экономики. В социально-ориентированной рыночной экономике продолжают действовать

«правила игры» с использованием традиционных инструментов и механизмов макроэкономического регулирования, корректируемых с целью сохранения относительной свободы и оперативности рынка, поэтому «широта» их применения зависит от сложившихся условий хозяйствования. С другой стороны, «глубина» регулирующей роли государства характеризуется его усилиями по стимулированию развития приоритетных отраслей, отдельных стадий воспроизводства, а также по активизации предпринимательской деятельности в структурообразующих и социально значимых сферах, как правило, путем использования преимущественно косвенных методов государственного регулирования. Таким образом, формируется качественно новый механизм государственного воздействия, который в отличие от прямого вмешательства в развитие экономики, основан на частичной передаче предпринимательскому сектору полномочий на решение социально значимых задач посредством его включения в государственно-частное партнерство. При этом государство сохраняет за собой функцию контролера, частично или полностью перекладывая на бизнес ответственность за достижение социальной стабильности в обществе.

2. Баланс частных и общественных интересов. Поиск оптимальной комбинации частных и общественных интересов характерен для современного социума с целью обеспечения его устойчивого развития, что в условиях социализации экономики проявляется, прежде всего, в формировании и использовании механизмов, основанных на партнерских взаимоотношениях между властными и предпринимательскими структурами. При анализе взаимодействия государства и бизнеса отечественными исследователями зачастую используется понятие «равноправие» интересов каждого из партнеров, что представляется не вполне правомерным, поскольку изначально уравнивает государство и частного партнера, что противоречит действительности. Так как государство выступает не только субъектом гражданско-правовых отношений, но и обладает властными полномочиями и может принимать нормативно-правовые акты, игнорирующие это равенство, поскольку действует не в своих специфических интересах, а с целью обеспечения социальной стабильности и

повышения благосостояния каждого члена общества. В этой связи именно понятие «баланс» интересов как их согласованность (не уравнивание) представляется автору наиболее соответствующим при исследовании взаимоотношений между властными и предпринимательскими структурами в сложившихся современных социально-экономических условиях.

3. Трансформация механизма взаимодействия бизнеса и государства. В современной российской экономике с определенной степенью условности можно выделить две базовых модели поведения частного бизнеса в его отношениях с государственной властью – дистанцирование от государства либо тесное взаимодействие с ним. Однако в настоящее время, государственная макроэкономическая политика, направленная на достижение гармонизации интересов отдельного индивида и общества в целом, все в большей степени ориентирована на нахождение компромисса между хозяйствующими субъектами в данном вопросе. В результате происходит постепенное интегрирование указанных моделей, что неизбежно накладывает свой отпечаток на сам механизм взаимодействия власти и бизнеса и приводит к возникновению его новой модели (и соответствующих ей форм) на основе принципов социального партнерства, в рамках которого:

- расширяется круг хозяйствующих субъектов, которые, с одной стороны, добровольно проявляют готовность к решению социальных проблем, с другой – способны разделить наряду с государством ответственность за благополучие и безопасность социума;

- государство наряду с собственной и традиционной социальной функцией ставит бизнесу задачи и контролирует их исполнение, разделяя с ним бремя обязательств перед обществом;

- бизнес эволюционирует от экономического актора, ориентированного на получение собственной выгоды, до социально ориентированного хозяйствующего субъекта, уравнивающего свои экономические интересы с социо-эколого-экономическими целями общества, в результате чего происходит модификация его долгосрочной целевой функции – от максимизации прибыли к стабильности

своего функционирования и развития.

Постепенное переосмысление происходящих трансформационных процессов дает все основания для вывода, что экономика – не единственная составляющая жизни человеческого общества. В этой связи использование термина «социально-ориентированная» представляется автору наиболее адекватно.

Предпосылки становления социально-ориентированной экономики в России:

- возрастает роль макроэкономического регулирования посредством усиления роли государственных (централизованных) механизмов экономического регулирования, которые органично могут встроиться в глобальный хозяйственный миропорядок;

- механизм функционирования рынка уже не может базироваться только на законе спроса и предложения, но, безусловно, опирается на него, как и на другие экономические законы;

- рыночный механизм применяется не изолированно от нерыночных механизмов, а в совокупности с ними;

- производство в большей степени обращается на удовлетворение растущих потребностей людей, в том числе, и социального характера;

- на основе централизации ресурсов оказывается финансовая или иная помощь нетрудоспособным, поддерживается общественный порядок, организуются охрана здоровья, развитие образования, науки, культуры и других социально значимых отраслей [233, с. 43];

- происходит смена технологического уклада, обуславливая «размывание» границ между политикой и экономикой;

- рыночное саморегулирование дополняется государственно-общественным регулированием экономики;

- изменение ценностных ориентиров общества, например, помимо формальных государственных законов появляются законы общественной морали и нравственности, забота о собственном интересе и альтруизм;

– процессы «сервисизации» и «софтизации» экономики, актуализирующие «сервисные» функции государства.

Основным критериальным признаком процесса постиндустриализации специалисты называют формирование сервисной модели экономики (феномен «сервисизации»). Считается, что сервисная экономика характеризуется установлением интерактивных (диалоговых) и постоянно отслеживаемых отношений с потребителями, направленных на максимизацию степени их удовлетворенности [54, с. 6].

Сервисная экономика или «сервисизация» означает наступление «цивилизации услуг», то есть доминирование производства услуг над производством материальных благ. Преобладающая длительное время концепция превосходства материального производства над услуговой деятельностью обусловила низкий научный интерес к тому факту, что в условиях современных трансформационных социально-экономических процессов, обусловленных как развитием глобального хозяйственного миропорядка, так и становлением социально-ориентированной рыночной экономики в России, нематериальный сектор становится не только мощнейшим, качественно новым фактором экономического роста, но и стимулом развития материального производства. Производство трансформируется в услугуоказывающую деятельность, с целью успешной и стабильной реализации которой возрастает роль инструментов и факторов, выходящих за пределы непосредственно стадий производственного процесса. Во-первых, речь идет об уровне профессиональной и дополнительной профессиональной подготовке работников, их заинтересованности и совместной ответственности за результаты деятельности, морально-этические качества. Во-вторых, определяющее значение для роста эффективности производства приобретает качество менеджмента и личностные характеристики топ-менеджеров, непосредственно влияя на имидж и успех предприятия, на котором создаются специализированные службы и сервисы, функционирующие в данном направлении (отделы рекрутинга, юридические отделы, клиентские центры, сервис-центры и т.п.) [55, с. 25].

Современные авторы, исследующие экономику развитых стран (например, Т.Д. Бурменко [54; 55], Л.С. Демидова [95; 96], Д.В. Стаханов [248; 249], В.Б. Супян [251], Т.Н. Софина [241, с. 480] и др.), справедливо подчеркивают, что «многие отрасли по производству услуг приобрели ключевое значение для функционирования экономики в долговременном плане, стали «локомотивами» научно-технического и социально-экономического развития страны» (Бурменко Т.Д.). Экспансия услуг послужила импульсом для развития не только традиционно сервисных сфер, таких как торговое обслуживание, финансы и консалтинг, но и услуг связи, информационных и разнообразных профессиональных услуг, в области науки и техники и мн.др., характерных для развитых экономик. Помимо этого, развитие новых технологий, сопровождающееся усложнением техники и оборудования, активной автоматизацией производства, и обусловленные ростом производительности труда, привели к частичному вытеснению рабочей силы за пределы материального производства, переходу ее в сферу услуг. [95, с. 38-40; 252, с. 125; 249].

«Сервисизация» тесно связана и характеризуется взаимообусловленностью с другим феноменом постиндустриального общества – «софтизацией». В своих научных работах многие ученые-экономисты (Н.О. Петрига [196], И.В. Роздольская [217] и мн. др.) отождествляют эти две категории, определяя последнее как постепенную интеграцию сферы услуг и материального производства, которая выражается в следующем:

- заметное увеличение доли элементов инфраструктуры, обеспечивающих общие условия для процесса производства;
- рост взаимозависимости ролей и ответственности обслуживающих производств в экономической системе;
- трансформация отраслевой структуры от институциональной единицы с преобладанием вертикальных связей в сетевую, в которой преобладают горизонтальный и децентричный принципы организации деятельности, позволяющие сформировать мощный инфраструктурный комплекс;
- эволюция менеджмента от иерархического до профессионального

подхода к управлению предприятием или группой интегрированных друг с другом предприятий на принципах самоорганизации, гибкости и оперативности;

– выделение информации как важнейшего фактора производства в условиях взаимопроникновения нематериального производства в сферу материального.

Другие исследователи (С.Н. Бобылев [42], Т.Д. Бурменко [55]) различают вышеуказанные категории и определяют «софтизацию» как процесс превращения нематериальных ресурсов в важный фактор экономического развития. Речь идет о становлении и развитии экономики, основанной на знаниях (экономика знаний). По мнению ученых, экономика, основанная на знаниях, или экономика знаний – создает, распространяет и использует знания для обеспечения своего роста и конкурентоспособности. Это такая экономика, в которой знания обогащают все отрасли, сектора и всех участников экономических процессов. Одновременно, это экономика, которая не только использует знания в разнообразной форме, но и создает их в виде высокотехнологичной продукции, высококвалифицированных услуг, научной продукции и образования.

Тем не менее, не вызывает сомнения тот факт, что проистекающая в отечественной экономике 1990-х годов «сервисная революция» непосредственным образом обусловила ее софтизацию. Более того, в развитых странах того периода научный «оборот» набирает парадигма «экономики знаний», определяющая производство как преимущественно труд дизайнеров, специалистов кадровых служб, бухгалтеров, маркетологов, аналитиков и т.п. Высокий уровень профессионализма и знаний данных категорий персонала положительным образом воздействует на все стадии экономического процесса, а также на построение эффективного взаимодействия с заинтересованными сторонами [42, с. 18-19].

В настоящее время рыночная хозяйственная система как экономическая база глобализации формирует новые условия функционирования социальной сферы. С одной стороны, в работу учреждений, предлагающих социальные услуги, все больше проникают коммерческие элементы. На первый план выходит проблем

окупаемости затрат и получение прибыли. Если в западных странах подобный опыт имеет место уже не одно десятилетие, то в России данная проблематика актуальна лишь с момента начала трансформационных процессов в 1990-е годы. С другой стороны, помимо появления платных услуг, страховой медицины, коммерциализации образования, культуры и здравоохранения, общество столкнулось с необходимостью регулировать пропорцию между объемами услуг, оказанных на коммерческой основе, и так называемых социально значимых услуг, финансируемых государством.

Как отмечено выше, особенности текущей ситуации в России определяются многими экономистами и политиками, как строительство экономики, которая, не отрицая основополагающие законы рыночной экономики, использует экономические закономерности и преимущества социалистического ведения хозяйствования [81]. Кроме того, современный этап российской экономики характеризуется значительным уровнем интегрированности в базовые сферы мировой экономики, который был достигнут по геополитическим меркам за довольно короткий срок, и в настоящее время обусловил крайнюю зависимость национального предпринимательского сообщества от внешнего рынка как в производстве, так и в потреблении [233, с. 3; 240, с. 25]. Если задачу по формированию социально-ориентированной рыночной российской экономики рассматривать как стремление угнаться за мировыми экономико-технологическими достижениями, ориентируясь только лишь на опыт деятельности зарубежных конкурентов, то в итоге, это, с одной стороны, может привести к дестабилизации национального предпринимательства, успешное развитие и государственное регулирование которого рассматривается как один из главных способов по обеспечению производственно-технического развития сферы общественного воспроизводства и оптимального завершения перехода российской экономики из ряда сырьевых в ряд перерабатывающих экономик развитых капиталистических стран [239, с. 19]. С другой стороны, факт доминирования у большинства российских бизнесменов позиции частной наживы и отсутствия «государственного подхода» актуализирует проблему построения национальной

экономической системы на базе единой социально-экономической идеологии. Таким образом, устанавливается задача по формированию нового мотивационного механизма производственных отношений, отсутствие которого затрудняет организацию интеграционного взаимодействия не только во многих секторах промышленного производства, но и в социально значимых сферах национальной экономики, развитие которых в условиях современных трансформационных процессов требует наличия соответствующих теоретико-методологических предпосылок.

В итоге, тенденции развития современного предпринимательства, обусловленные как экспансией исследований в данной сфере – в рамках отдельной научной области, или в пределах многих социальных и управленческих наук, так и эволюционирование от экономического субъекта, ориентированного на получение личной выгоды, до социально ответственного актора, предопределили перспективную роль предпринимательства как субъекта экономики в любую эпоху развития общества. Данный факт объясняется следующими причинами:

- все знания о предпринимательстве базируются на основе рыночной экономики, являющейся основой подавляющего большинства экономик мира;
- современное развитие электронных и информационных технологий актуализируют и активизируют привлечение предпринимательства, основанного на инновациях;
- быстро развивающаяся социальная сфера, особенно в период пандемии, традиционно формируемая государством, сегодня нуждается в применении предпринимательского подхода для решения общественно значимых задач;
- приобретение предпринимательством институциональной самостоятельности, что позволяет в дальнейшем интегрировать предпринимательство в любую сферу хозяйственной деятельности.

ГЛАВА 2 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЫ В УСЛОВИЯХ РАСШИРЕНИЯ СФЕРЫ СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ УСЛУГ

2.1 Предпосылки приоритетного развития сферы услуг

Доминирующей характеристикой деловой активности в доиндустриальном обществе являлась добывающая отрасль (сельское хозяйство, лесничество, рыболовство, горная промышленность). В индустриальном обществе основной характеристикой проявления деловой активности является производство товаров, количество которых считается индикатором образа жизни и уровня благосостояния личности. Так, промышленное производство являлось базой для реализации научно-технических идей, ноу-хау, основой обороноспособности страны. Доминирующей характеристикой деловой активности в постиндустриальном обществе является производство услуг. Кроме того, важнейшими факторами, предопределяющими вектор развития современной экономики, становятся талант предпринимателя, квалификация работников, а также информация, как составляющие нематериальных форм ресурсов.

Каждая сфера народного хозяйства имеет свою эволюцию развития и специфическое функциональное предназначение в экономике. В ходе изучения эволюции сферы услуг необходимо выявить предпосылки возникновения данной сферы, этапы ее развития, исторические перспективы и современные тенденции.

Зачастую в научной литературе рассмотрение сферы услуг происходит с точки зрения системного подхода с присущими ему тенденциями и закономерностями развития сервисной сферы. Основным принципом в рамках системного подхода принято считать принцип цели, предопределяющий место сферы услуг среди иных сфер народного хозяйства, а, следовательно, и ее изучение с позиции тенденций и закономерностей эволюции экономики в целом. Другой принцип – целостности определяет возможность изучения свойств и

характеристик, приобретаемых сферой услуг в ходе эволюции в рамках целой системы, в совокупности с ее подсистемами (сферами народного хозяйства). Кроме того, при построении любой системы используется принцип иерархичности. В этой связи сфера услуг может быть рассмотрена как подсистема на видовом или на национальном уровне; как целостная структура (сфера экономики); как система экономических отношений [113, с. 16-25].

Однако, по мнению современных ученых, занимающихся исследованиями сферы услуг (Н.А. Восколович [69; 69], М.М. Морозов [319], М.С. Мотышина [174], Т.Н. Софина [241], В.И. Тинякова [252], А.В. Шраер [287] и мн. др.), статика, характеризующая системный подход, является сдерживающим фактором при изучении тенденций развития сервисного сектора. В этой связи широкое распространение получил эволюционный подход как исследование поступательных и долгосрочных количественных изменений состояния сферы услуг. Кроме того, в эволюционном подходе к исследованию сферы услуг существенную роль играют принципы динамики, конкретизация которых определяет следующие условия эволюции сферы услуг: научно-технический прогресс (нововведения, инновации) и конкуренция; поступательность и последовательность развития процессов; необратимость эволюции во времени; неизбежность качественной трансформации не только процессов, но и среды их протекания и т.п.

В своей научной работе, посвященной особенностям и закономерностям эволюции сферы услуг, Л.М. Кликич [127] исследует сходство данного процесса с биологической эволюцией (основываясь на положения классической теории К. Маркса), а именно:

– свойства идентификации (наследственности) и свойств адаптации (изменчивости) обуславливают эволюцию экономических форм общественного обмена;

– эволюция в результате конкуренции предопределяет экономические формы общественного обмена, которые наилучшим образом приспособлены к определенным экономическим условиям;

– эволюция макрогенерации (в данном случае, сферы услуг) определяется эволюцией микрогенерации (экономической формы услуги).

Существует множество теорий относительно развития и подъема сферы услуг, основанных на независимых исследованиях современных зарубежных и отечественных ученых (см. работы Л. Абалкина, Р. Мердик, Р. Рассела, Б. Рендера, К. Хаксевера и др.) [266, с. 34; 287]. По мнению Л. Абалкина расцвет сферы услуг в развитых странах первой половины 60-х годов XX века связан с трансформацией потребительской психологии общества и утверждением культуры потребительского гедонизма – как реализация естественного права человека на полноту жизни. Создав повышенный спрос на услуги, гедонистическая потребительская культура в силу действия рыночных законов стала причиной возникновения конкуренции в производстве услуг, которая в свою очередь вынуждала предлагать рынку все более дифференцированный их спектр [13, с. 6-7].

Для второй половины XX века характерны беспрецедентные темпы роста потребления, обусловленные разнообразием товаров и услуг (благ) цивилизации того времени и в целом повышением уровня жизни населения. Развитие человеческого потенциала наложило свой отпечаток на модель потребления, актуализируя в том числе и глобальные проблемы. Так, например, все менее четкими кажутся границы между предметами роскоши и предметами первой необходимости; увеличиваются объемы потребительских кредитов и уменьшаются сбережения; изменяется структура потребительских расходов в пользу так называемых «нерациональных расходов», отличных от текущего потребления; растет дифференциация доходов среди населения, вызванная конкуренцией за потребительские расходы; желание производителя удовлетворить возросший спрос неизбежно приводит к нерациональному использованию ресурсов, в том числе невозобновляемых, растут масштабы экологического ущерба.

Эволюция услуг в мире происходила неравномерно в странах с разным уровнем экономического развития, научно-технического прогресса и зависит от

стадии развития общества в целом. Так, периодичность ее развития на примере стран с постиндустриальной экономикой можно рассмотреть, выделив основные этапы эволюции: начальный (до 1921 года); замедление развития (1921-1950 гг.); «сервисизация» экономики (1951-1990 гг.); экспансия услуг (с 1991 по настоящее время). В научных кругах существует мнение о том, что «общество входит в стадию постиндустриализма тогда, когда оно достаточно богато, чтобы тратить излишки на услуги. Сектор услуг, «белые воротнички» отделен от производительной сферы и фактически паразитирует на ней» [19, с. 74]. Данное умозаключение указывает на устойчивость мнения о непроизводительном характере труда занятых в сервисной сфере, что явно не соответствует современной стадии развития человеческого общества. В период индустриального развития общества услуги рассматривают в единой связи с процессом производства, как важный вспомогательный ресурс, между тем в доиндустриальную эпоху – преобладали личные потребительские услуги. На постиндустриальной стадии развития общества появляются качественно новые и перспективные виды услуг, активно доминирующие в структуре профессиональной деятельности.

Прикладные исследования, проведенные учеными в разрезе групп стран с различным уровнем экономического развития и научно-техническим прогрессом³ показали, что перелив рабочей силы в сферу услуг и повышение доли третичного сектора во внутреннем валовом продукте (ВВП) является мировой тенденцией. Так, о направлениях и масштабах экспансии услуг в середине XX века можно было судить по таким количественным индикаторам как доля услуг в валовом внутреннем продукте и уровень занятости населения в третичном секторе экономики.

В последние десятилетия специалисты наблюдают значительный рост

³ отсталые страны; развивающиеся страны; страны с переходной экономикой; новые индустриальные страны - группа развивающихся стран, в которых за последние десятилетия произошёл качественный скачок социально-экономических показателей; промышленно развитые страны - государства с развитой рыночной экономикой, многолетними традициями существования рыночных институтов и стабильной политической системой с относительно высокими уровнями доходов населения и индустриализацией.

населения, занятого в сервисном секторе, даже опережая аналогичный показатель в промышленном производстве. В первое десятилетие XXI века долю занятых в сфере услуг на уровне свыше 70% имели такие страны как Люксембург, Великобритания, Швеция, Австралия, Канада, Франция, Бельгия, Дания и некоторые другие страны [331]. Сфера услуг являлась доминирующей не только по численности и доли занятости, но и по показателю производства валового внутреннего продукта, обусловив становление «сервисизации» экономики («сервисная революция») (см. Главу 1.3), как явление, при котором актуализируется значение услуги как важнейшего экономического ресурса. В 2017 году, по оценкам Мирового банка, вклад сервисного сектора составлял около 70% мирового ВВП [300]. К странам – лидерам, доля доходов которых от сферы услуг в 2017 году превысила $\frac{3}{4}$ ВВП, относились Франция, Бельгия, Великобритания, Люксембург [51, с. 58]. Например, третичный сектор обеспечивал 80% ВВП США (Таблица 6), а уровень занятых в данной сфере в 2017 году достигал 79%. На фоне мирового кризиса – пандемии, начавшегося в 2019 году, в числе наиболее пострадавших секторов оказался третичный сектор, перебои в котором негативно отразились на других видах экономической деятельности.

Таблица 6 – Доля макросекторов в ВВП стран мира, в процентах

Страны	2017 год			2020 год		
	Первичный сектор	Вторичный сектор	Третичный сектор	Первичный сектор	Вторичный сектор	Третичный сектор
США	0,90	18,90	80,20	3,50	19,10	77,40
Франция	2,00	20,10	77,90	10,20	19,50	70,30
Германия	0,60	30,10	69,30	7,50	30,70	61,80
Япония	1,00	29,70	69,30	0,80	30,10	69,10
Великобритания	0,60	19,00	80,40	7,01	20,20	72,79
Италия	2,10	24,00	73,90	9,8	23,90	66,30
Испания	2,60	23,20	74,20	9,1	23,20	67,70
Россия	4,70	32,40	62,30	13,5	32,40	54,10

В государствах, не относящихся к группе развитых экономик, но обладающих уникальными природными ресурсами, памятниками культурного наследия, сектор услуг представлен в основном туристической сферой, финансово-кредитной системой, транспортом и некоторыми другими отраслями

индустрии услуг и его для постепенно достигает половины объемов ВВП. Так доля сферы услуг в ВВП по данным 2020 года составила: в Иордании – 61,6%, на Ямайке – 59,74%, Парагвае – 48,83%, в Тунисе – 61,31%.

Доминирование третичного сектора на Западе основывается на том, что первичный и вторичный сектора, достигнув весьма высокого уровня развития, целиком удовлетворяют потребности населения во всей номенклатуре товаров и полностью обеспечивают третичный сектор адекватной для высокоэффективного развития технической базой, и это при падающей доли промышленности и особенно сельского хозяйства в совокупной занятости.

Рассмотрение основных факторов ускорения динамики отраслей услуг, количественных и качественных аспектов позволяет выявить ряд общих закономерностей (тенденций) и специфических особенностей экономического роста на постиндустриальной стадии развития общества:

1. Одним из важных аспектов исторически сложившейся эволюции сферы услуг является вовлечение отраслей сервисной сферы в систему мирохозяйственных связей. Данный процесс довольно медленно развивался на протяжении всего XX века, а в последнее его десятилетие получил сильнейшее ускорение. Так, либерализация экономики и научно-технический процесс, обусловленные процветанием мирового рынка услуг, немало способствовали развитию внешнеэкономических отношений в рамках различных международных организаций, таких как Всемирная торговая организация, Европейское экономическое сообщество, Организация экономического сотрудничества и развития. Между тем, глобальный миропорядок актуализировал проблему роста нестабильности на мировых рынках, приводящих к увеличению числа внешних угроз, а именно – снижения финансовой безопасности и устойчивости организаций сервисного сектора [147, с. 36].

2. Ускорению интеграции услуг в мировое хозяйственное пространство способствует фактор инновационности, и, в частности, внедрение информационных технологий. Принципиальное значение имеет делокализация производства услуг, в результате которой многие услуги прекращают отражать

национальные особенности и приобретают способность участвовать в торговых сделках на внешних рынках.

3. В последнее десятилетие усиливается такой канал глобализации услуг как межстрановое перемещение их производителей и потребителей. Речь идет о стабильно высоких потоках туристов, а также о деловых поездках граждан. Общая выручка от международного туризма растет и во многих странах мира составляет около 7% от ВВП и порядка 40% от доходов сферы услуг (страны Европы, Ближнего Востока, Африки, Восточной Азии и Тихоокеанского региона). Кроме того, распространяется практика получения услуг (образование, медицинская помощь и т.п.) за рубежом, что способствует формированию данного рынка услуг стремительными темпами. Масштабы межстранового перемещения также увеличиваются за счет производителей услуг – физических лиц, выезжающих за рубеж в поисках выгодной работы.

Феномен экспансии международной торговли услугами связывают с действием ряда условий и факторов:

– активный рост доли сферы услуг в большинстве государств мира, а также стабильное развитие во второй половине XX века (Таблица 7);

– диверсификация и рост объемов услуг в мировом торговом обороте, вызванные повышением темпов экономического роста в большинстве развитых стран мира в конце XX века, что обусловило рост деловой активности, производительности, платежеспособности населения и «мобильности» жизни⁴;

– углубление специализации стран и разнообразие форм торговли услугами на фоне активной глобализации;

– появление новых форм предоставления услуг, в том числе и цифровых, привело к революционным изменениям в сервисной сфере того времени (например, возможность в некоторых случаях отказаться от личного контакта продавца и покупателя; увеличение спроса на виды услуг, которые раньше имели товарную форму (финансовые, банковские, страховые) [53, с. 56-57].

⁴ Речь идет о стиле жизни населения – деловой и обывательский

Таблица 7 – Доля сферы услуг в ВВП стран мира, в процентах

Страны	1990	1995	2000	2005	2008	2019	2020
Франция	68,7	72,1	74,3	77,0	77,7	70,3	71,2
США	70,1	72,2	75,4	76,6	76,7	77,4	75,0
Великобритания	64,1	67,2	71,7	75,9	76,7	71,0	72,8
Италия	64,4	66,4	68,8	70,9	71,1	66,3	66,8
Япония	58,4	63,8	65,8	68,0	70,6	69,1	70,6
Германия	61,2	66,6	68,5	70,0	69,5	61,8	63,6
Канада	65,8	66,4	64,5	65,8	66,5	70,2	71,2

Составлено автором по [300; 330].

Эволюция сферы услуг в России происходила медленными темпами, что обусловлено многими факторами политического и социально-экономического характера. Российский «постиндустриализм» имеет весьма мало общего с постиндустриализмом стран Запада. Отечественная сфера услуг длительное время сильно отставала от аналогичного сектора экономики большинства развитых государств.

В период СССР сервисный сектор играл отнюдь не ведущую роль, несмотря на очевидные достижения в области образования, здравоохранения, культуры и ряде других отраслей. В условиях командно-административной экономической системы услуги были представлены ограниченным перечнем видов деятельности, находившихся под абсолютным и непосредственным контролем государства.

Формирование новой системы социально-экономических отношений в постсоветской России оказало благотворное влияние на развитие отечественной сферы услуг. Тем не менее, следует отметить некоторые сложности, сопутствовавшие процессу преобразования российского сервиса в начале 1990-х гг., когда наблюдалось снижение темпов производства, уменьшение реальных доходов населения, высокий уровень безработицы. Вынужденный отказ от потребления услуг на регулярной основе, в частности бытовых, повлек за собой переключение домохозяйств на практику самообслуживания и вызвал значительное падение спроса на услуги парикмахерских, прачечных и химчисток, мастерских по ремонту обуви и т.д. Помимо бытовых существенно снизилось потребление платных услуг учреждений культуры (музеев, театров и

кинотеатров), предприятий общественного питания (кафе, ресторанов) и гостиниц. В целом за период 1991-1995 гг. среднегодовые темпы прироста потребления платных услуг снизились на 24,9% [33, с. 248-256].

Статистические данные не отражают еще одну характерную черту того периода – теневые отношения, которые, охватив многочисленные виды экономической деятельности, практически поглотили организации сервисного сектора РФ. Неформальное предоставление услуг, не требующее интеллектуальных ресурсов для разработки стратегии, внушительных материальных и финансовых затрат для ее реализации, замедлило развитие не только отдельных сервисных организаций, но и ряда других отраслей отечественной сферы услуг, вовлекло часть населения, не обладавшего финансовыми и интеллектуальными ресурсами для организации подобного бизнеса [22, с. 196]. У неформального потребления услуг того периода два аспекта: с одной стороны, ограниченное предложение и высокая стоимость официально предоставляемых услуг подталкивало воспроизводство неформальных услуг, с другой – отсутствие у потребителя гарантий не только качества, но и своевременного получения выступало сдерживающим фактором роста неформального рынка услуг [33, с. 248-256].

Именно в тот период, когда в отечественной экономике начались приватизационные процессы, разгосударствление и смена собственника, сфера услуг получила импульс для дальнейшего развития. Факторы, обуславливающие становление и развитие сферы услуг в России конца XX века представлены на рисунке 7. Среди политических факторов, представленных на рисунке 7, выделяются инструменты формирования нормативно-правовой базы в сфере услуг, развития механизмов поддержки малых форм бизнеса в сервисном секторе, а процессы приватизации, активно протекающие в российской экономике в конце XX-начале XXI веков, способствовали становлению конкурентной среды в условиях бурного развития мирового рынка услуг, формированию рыночной инфраструктуры в целом.



Рисунок 7 – Факторы, способствующие развитию сферы услуг в России

Факторы экономической направленности содержат в себе необходимость достижения таких показателей как рост благосостояния населения, качества жизни, обуславливая трансформацию структуры расходов потребителей – а именно, рост доли затрат на услуги. Так, в развитых странах доля расходов домохозяйства на услуги составляет около 35-40% против 18-20% затрат на продукты питания. Рост доли расходов населения страны на питание характеризует экономику такого государства как слаборазвитую [68, с. 22-23].

В структуре потребительских расходов домашних хозяйств в России периода 2016-2020 гг. наблюдается тенденция снижения доли расходов на покупку продуктов питания при незначительном увеличении доли расходов на оплату различных услуг (Таблица 8). Однако объемы предоставленных платных услуг населению в денежном выражении в аналогичном периоде имеют тенденцию к росту (Таблица 9).

Таблица 8 – Структура потребительских расходов домашних хозяйств (в процентах к итогу)

Потребительские расходы	2016	2017	2018	2019	2020
Продукты питания и безалкогольные напитки	32,3	31,2	30,7	29,8	36,5
Алкогoльные напитки и табачные изделия	3,1	3,0	3,0	3,0	3,2
Одежда и обувь	9,2	8,8	8,0	8,2	7,2
Жилищные услуги, вода, электроэнергия, газ и другие виды топлива	11,3	10,9	9,9	10,8	12,8
Предметы домашнего обихода, бытовая техника и уход за домом	5,9	5,3	5,4	5,3	5,3
Здравоохранение	3,6	3,8	3,8	3,8	4,2
Транспорт	13,3	16,0	16,7	16,1	15,8
Связь	3,3	3,1	3,2	3,1	2,6
Организация отдыха и культурные мероприятия	6,7	6,9	7,8	8,4	7,5
Образование	0,8	0,8	0,8	0,9	1,5
Гостиницы, кафе и рестораны	3,5	3,3	3,5	3,5	2,1
Другие товары и услуги	7,1	6,9	7,0	7,1	1,3

Составлено автором по [268].

Таблица 9 – Объем платных услуг населению РФ

	2016	2017	2018	2019	2020
Объем платных услуг населению, млн. руб.	8636277	9211441	9703358	10239713	9007944
В процентах к предыдущему году (в сопоставимых ценах)	100,7	101,4	101,4	100,5	85,2

Составлено автором по [222, с. 440; 223, с. 443; 268].

В структуре платных услуг населению в РФ не наблюдается явных тенденций к снижению или увеличению тех или иных услуг (Таблица 10).

Таблица 10 – Структура платных услуг населению в РФ (в процентах к итогу) [223, с. 446; 259, с. 6; 268]

Все оказанные услуги	2016	2017	2018	2019	2020
	100%	100%	100%	100%	100%
коммунальные	20,9	20,7	21,2	20,5	23,5
транспортные	19,7	20,1	20,1	20,1	15,2

услуги почтовой связи, курьерские услуги*	14,9	0,5	0,6	0,6	0,7
услуги телекоммуникационные*		13,9	14,1	13,6	15,5
бытовые	10,8	10,4	10,1	10,5	10,7
жилищные	6,7	7,4	7,2	7,2	8,4
медицинские	6,6	6,8	6,9	7,1	7,7
системы образования	6,6	6,7	6,8	6,8	7,2
гостиниц и аналогичных средств размещения	2,5	2,4	2,6	2,5	2,0
специализированных коллективных средств размещения**	-	-	-	0,3	1,3
культуры	1,8	1,8	1,7	1,8	1,0
туристские	1,9	1,8	1,6	1,8	1,0
санаторно-оздоровительные	1,4	1,2	1,3	1,3	_***
правового характера	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2
физической культуры и спорта	0,8	0,9	0,8	0,9	0,8
ветеринарные	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
социальные услуги, предоставляемые гражданам пожилого возраста и инвалида	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3
другие услуги	3,9	3,9	3,4	3,4	3,3

*до 2017 года обе категории учитывались как «услуги связи» (источник – Росстат).

**федеральное статистическое наблюдение специализированных коллективных средств размещения (кемпингов, жилых автоприцепов, железнодорожных спальных вагонов и прочего временного жилья), за исключением санаторно-курортных организаций (источник – Росстат).

***с 2020 года включены в раздел «специализированных коллективных средств размещения» (источник – Росстат).

Ключевыми видами платных услуг остаются:

- коммунальные (отопление, электроснабжение, газоснабжение и водоотведение), на которые в последние годы приходится свыше 20% всех затрат населения на платные услуги;
- транспортные, доля которых за 2016-2019 годы выросла до 20,1% после некоторого снижения в предыдущие годы;
- услуги связи, доля которых до 2020 году держится на уровне 13-15%.

Немаловажным фактором, входящим в состав экономических, является распространение системы кредитования граждан. Сумма кредитов, предоставленных физическим лицам (резидентам) в период с 2009 г. по 2020 г. выросла с 44749 млн. рублей до 12366659 млн. рублей [222, с. 589; 280]. Полученные кредиты направляются и на оплату дорогостоящих услуг, в частности, достаточно востребованными являются банковские программы, связанные с ипотечным кредитованием, отдыхом в кредит», а также образовательные кредиты.

Не менее значимыми для отечественного сервисного сектора являются происходящие в стране социально-демографические преобразования, в частности гендерные изменения в сфере занятости. Увеличение продолжительности жизни, старение населения, рост занятости женщин обуславливают расширение потребления услуг здравоохранения, социального обеспечения, физкультуры и спорта. Рост потока миграции населения как следствие катаклизмов природного или политического характера также служат важной тенденцией, привносящей определенную специфику не только в поведение потребителя, а также в предложение услуг.

Как неоднократно было отмечено выше, существенный вклад в эволюцию сферы услуг вносит научно-технический прогресс, трансформируя содержание сервисных процессов, формы и характер взаимодействия производителя и потребителя. Наиболее значимые преобразования в сфере услуг произошли при появлении распространении таких важнейших типов технологий как энергетических, информационных, технологий дизайна, материалов и процессов, биотехнологий.

Происходящие трансформационные процессы актуализировали проблему поиска иных подходов к управлению и организации сервисного сектора, основанных на новых маркетинговых стратегиях, политиках ценообразования, базирующихся на снижении издержек и повышении качества предоставляемых услуг; на концентрации капитала и деятельности предприятий сервиса; на появлении новых договорных форм и т.д. В этой связи усиление добросовестной

конкуренции и переход к ее неценовым формам, укрупнение предприятий сервиса относят к важнейшим бизнес-факторам, оказавшим влияние на развитие сферы услуг.

Потребность роста, который исчерпан на внутреннем рынке, стремление расширить границы деятельности, а, следовательно, и прибыль, выводят отечественные компании на зарубежные рынки. Поэтому мировые процессы интернационализации и глобализации оказывают существенное влияние на российский рынок услуг. Проявление интернационализации особенно заметно в транспортных, финансовых, туристских услугах, где реализуется рыночная концепция партнерских отношений на принципах слияний и поглощений. Развитие рынка услуг и улучшение их качества до мирового уровня происходит в рамках и по «правилам игры» международной торговли товарами и услугами.

Выделяют четыре способа международной торговли услугами:

1. Трансграничная торговля (cross-border trade), когда производитель или продавец (поставщик) и покупатель физически не пересекают границу своего государства, при этом получая услугу (например, предоставление консультаций по телефону, факсу).

2. Потребление за границей (consumption abroad), в рамках которого покупатель приобретает или потребляет услугу на территории другой страны, пересекая границу. При этом услуга и ее продавец – не перемещаются (например, выезд за границу для учебы, лечения).

3. Торговое присутствие в стране предоставления услуги (commercial presence) – продавец пересекает границу, и открывает там свое представительство или дочернюю фирму, через которые уже предоставляют услуги.

4. Присутствие физических лиц, предоставляющих услугу (presence of natural persons providing services), когда услуга заключается непосредственно в деятельности людей, которые приезжают из-за границы в страну-потребитель (например, проезд иностранного персонала фирмы, открывшей дочернее предприятие за границей) [53, с. 59-60].

Очевидным является факт дальнейшего развития технологического уровня и

дифференциация отраслевой структуры сферы услуг, повышение качества и разнообразия продукции, опережающее развитие научно-интенсивных отраслей, услуг социальной и гуманитарной направленности, дальнейшее повышение влияния услуг на качество жизни населения. Кроме того, усилится тенденция к интеграции вещных компонентов производства и услуг в единых технологических процессах, хозяйственных комплексах и структурах. Речь о том, что границы между двумя указанными секторами будут все более размываться, а их разделение станет условным [160, с. 79-81].

Противоречивость статистического учета мировой торговли услугами не позволяют в полной мере оценить данные об объемах международной торговли. Речь идет о таких несоответствиях и спорных вопросах в области статистики мировой торговли как различия в классификации, методологии учета статей услуг в отдельных странах; включение отдельных видов услуг (таких как инжиниринговые услуги) в экспорт/импорт физических товаров; недостатки в учете услуг посредников на территории других стран и мн. др.

Однако, долю участия стран в мировом рынке услуг можно оценить исходя из показателей объема экспорта и импорта услуг, их структуры и динамики. Так, наиболее развитые страны, такие как США, Великобритания, Германия, Франция, Италия, Нидерланды традиционно занимают лидирующее место в международной торговле услугами (около 75% мирового экспорта/импорта услуг). Для развивающихся стран аналогичный показатель в совокупности составляет 20% (экспорт), а импорт – от 5 до 10%.

Рассуждая об отраслевых различиях на мировом рынке услуг необходимо отметить, что в большинстве развитых стран по темпам роста стабильно лидирует комплекс деловых и профессиональных услуг (службы маркетинга, рекламы, менеджмента, лизинга, научных исследований, информационно-компьютерные услуги, консультационные и т.п.). К активно развивающемуся в последние десятилетия направлению сервисной сферы относятся также услуги телекоммуникаций и кредитно-финансовых учреждений. Также речь о таких отраслях экономики, которые в настоящее время играют решающую роль в

технологическом прогрессе общества и глобализации экономики. Сравнительно высокие темпы роста отличают группу социальных услуг, но по объемам производства (продаж) эта отрасль серьезно уступает другим [273, с. 78-79].

В целом трансформацию производства в направлении сферы услуг представляется возможным определить как «тихую революцию», подчеркивая тем самым не только фундаментальный характер, общественную значимость и постепенный ход изменений, а также отсутствие каких-либо кризисных разрушительных явлений и последствий «врастания» нематериальных видов деятельности в мировую хозяйственную систему [160, с. 80].

В мировой торговле услугами конца XX века Россия в списке стран-экспортеров занимает лишь 32 место с долей в мировом экспорте/импорте услуг, равной 1%. Поэтому, справедливо мнение исследователей о том, что Россия мировой торговле услугами выступает в качестве импортера. Речь идет не только о туристских и транспортных, но и о рекламных, консалтинговых, строительных услугах. Недостаток заключается в том, что в первое десятилетие XXI века из-за противоречий и несоответствий в законодательной базе внешняя торговля является своего рода «черной дырой», через которую не только значительная доля доходов отечественных фирм-производителей услуг утекает за границу, но и валюта вывозится за рубеж. Потенциал отечественной экономики в части увеличения экспорта услуг заключается в развитии области наукоемких и интеллектуальных услуг.

По оценкам Банка России средние темпы прироста российского экспорта услуг для периода 2017-2024 гг. оценены в 8,9% с учетом оценки итогов 2017 года. Это достаточно благоприятный (оптимистический) вариант, при котором наиболее динамичный рост (9-10%) закладывается по следующим видам услуг [245, с. 68-70; 280]:

- телекоммуникационные, компьютерные и информационные услуги»;
- прочие деловые услуги;
- плата за пользование интеллектуальной собственностью;
- страхование и услуги негосударственных пенсионных фондов;

- финансовые услуги;
- услуги по переработке товаров, принадлежащих другим сторонам.

На уровне среднего по всему экспорту ожидается прирост по «поездкам» – не более 8%. Менее динамичный рост предполагается по статьям:

- услуги по техническому обслуживанию и ремонту товаров»;
- строительство;
- услуги частным лицам и услуги в сфере культуры и отдыха»;
- транспортные услуги.

С учетом ожидаемых сдвигов в структуре мирового спроса на услуги и неблагоприятного внешнеполитического фона прогнозируемую динамику по услугам «телекоммуникационные компьютерные и информационные услуги», «плата за пользование интеллектуальной собственностью» и «прочие деловые услуги» следует рассматривать как умеренно высокую, а по остальным видам – как максимально достижимую (Таблица 11). В целом на перспективы российского экспорта услуг будет воздействовать большая совокупность факторов, в том числе трудно прогнозируемых, включая характер санкционного противостояния и дальнейшего развития геополитических отношений, курс рубля, изменения в сфере внутреннего регулирования, динамику доходов населения и государства, конкуренцию экспорта с удовлетворением внутреннего спроса, степень либерализации доступа на рынки услуг других стран (в рамках формирования единого рынка услуг ЕАЭС, работы по соглашениям о торговле услугами в СНГ и с отдельными странами дальнего зарубежья) и др.

Таблица 11 – Видовая структура российского экспорта услуг в период 2017-2024 гг., в процентах к итогу

Услуги	2017 год	2024 год (прогноз)
Услуги по переработке товаров, принадлежащих другим сторонам	2,5	2,6
Услуги по техническому обслуживанию и ремонту товаров	3,0	2,6
Транспортные услуги	34,3	29,2
Поездки	15,4	15,5
Строительство	8,5	7,5

Страхование и услуги негосударственных пенсионных фондов	0,6	0,7
Финансовые услуги	1,9	2,1
Плата за пользование интеллектуальной собственностью	1,2	1,4
Телекоммуникационные, компьютерные и информационные услуги	8,3	10,8
Прочие деловые услуги	22,0	25,9
Услуги частным лицам и услуги в сфере культуры и отдыха	0,9	0,7
Государственные товары и услуги, не отнесенные к другим категориям	1,4	1,0

На современном этапе необходимо констатировать тот факт, что «провал» сервисной сферы, имевший место быть в период переходной экономике, успешно преодолен. Современный сервисный сектор, имеющий относительно стабильные макроэкономические показатели, увеличивает предложение, диверсифицирует услуги и совершенствует их качество – как на отечественном, так и мировом рынках, повышает спрос населения и конкурентоспособность продуктов услуговой деятельности, несмотря на напряженность современной геополитической обстановки.

2.2 Социально значимые услуги: понятие, признаки и классификация

Современные социально-экономические трансформационные процессы в нашей стране неразрывно связаны с эволюцией сервисного сектора, которому отводится существенная роль в формировании социально-ориентированного вектора развития российского общества. Специфичность и противоречивость сферы услуг в совокупности с повышением социальной функции рыночной среды обусловили рост научного интереса к новым формам их проявления, а также в отношении механизма организации взаимодействия государственных и предпринимательских структур в сфере предоставления услуг особого характера.

Затяжной характер государственных реформ в отечественной сфере услуг конца XX – начала XXI века обусловлен рядом объективных причин, связанных с

теоретико-методологическими и прикладными «стереотипами», сложившимися в экономике данного сектора.

Проблема сервисного сектора в цитате: «измерение их вклада в экономику ошибочно занижено, а данных для адекватного анализа – недостаточно...» (С. Кузнец). Специфика в том, что эта деятельность в отличие от материального производства не характеризуется своей организованностью в форме широкомасштабных, повторяющихся операций, поэтому труднее поддается измерению и анализу. Данный факт подталкивает нас обращаться и затрагивать более глубинные аспекты, характеризующие современные экономические реалии и тенденции развития служебной деятельности.

В этой связи научные исследования, посвященные формированию развитого концептуального понимания сферы услуг в условиях перехода от индустриального к постиндустриальному обществу, представляются нам особенно актуальными. Среди отечественных ученых, внесших значительный вклад в развитие теории и практики сервисного сектора, необходимо выделить вышеупомянутые в диссертационной работе научные труды Н.А. Восколович, Л.М. Кликич, М.М. Морозова, М.С. Мотышиной, Т.Н. Софиной, В.И. Тиняковой, А.В. Шраера.

Исторически принято отдельное рассмотрение каждого вида услуг с учетом присущих им особенностям. Несмотря на обилие теоретико-методологических и прикладных исследований по данной проблематике необходимо отметить преобладание мнения об услуге, как феномена, отличного от товара, не создающего самостоятельного продукта или материальных ценностей.

В научной литературе выделяют три основных подхода к определению «услуга». В соответствии с отраслевым подходом к услугам относят отрасли определенной специализации (последователи – В.С. Автономов (в переводе) [177; 288; 291], О.Н. Балаева [33], Б. Бреев, В. Галецкий [51], Л.С. Демидова [96], Е. Жильцов [69]). Второй подход формирует понятие «услуга» методом альтернативы, суммируя свойства и признаки, противоположные тем, которые характерны для материального блага – товара. Данный подход является

дискуссионным, поскольку возможно множество комбинаций самых различных признаков (см. работы Т. Лысенко [160], М. Мотышиной [174], М.Д. Предводителевой [33], Т. Софиной [241] и др.). Третий подход был широко распространен в 80-е гг. XX столетия. Согласно ему определение «услуга» строилось на концентрации самых ее общих черт, а наиболее ярко выраженные свойства, отражающие специфику, закреплялись за конкретными видами услуг. Этот подход и в настоящее время сохраняет свою актуальность, хотя многие услуги, порожденные научно-техническим прогрессом, имеют смешанные характеристики (в трудах Т.Д. Бурменко [53], Н.А. Восколович [68], Н.Н. Иванова [113], А.З. Селезнева [233] и мн. др.).

По мнению Иванова Н.Н., определенную терминологическую ясность, может внести исследование «услуги» в совокупности с такими понятиями как «потребность» и «благо» [113]. Так, с точки зрения экономической теории термин «благо» подразумевает товары и услуги, созданные с целью удовлетворения потребностей.

Экономическая мысль в отношении термина «благо» трансформировалась в зависимости от господствовавших в экономико-исторической ретроспективе точек зрения на общественные отношения и теорию полезности. Так, научный взгляд К. Менгера на понятие «благо» ведет от потребности человека к осознанию им причинной связи между его потребностью и полезностью предмета, акцентируя внимание на возможность распоряжаться данным благом [167, с. 39]. В системе потребления человека одинаково значимы блага природные и блага не природные, то есть искусственно воспроизведенные самим человеком. В этой связи в экономической науке активно выделяют производство двух видов благ – благ-вещей и благ-услуг, различия между которыми обусловлены не только критерием «вещности», а скорее мерой их «социализации» и значимости для членов общества.

В свою очередь, потребность как необходимость в чем-либо, определяется физиологическими потребностями, потребностями духовного характера и самореализации, необходимые для полноценного развития личности, социальной

группы и общества в целом. В этой связи потребности человека, выявленные и распределенные по уровням – от низших до высших, являются основой формирования перечня потребляемых услуг. Из приведенной в научной литературе укрупненной классификации потребностей можно сделать вывод о связи группы социальных потребностей с категориями «благо» и «благополучие», а «услуга» как таковая направлена на удовлетворение потребностей.

Более детального рассмотреть природу услуги позволит ее сравнение с материальным благом (товаром) по основным типичным технико-организационным и экономическим характеристикам (Таблица 12) [69, с. 9].

Таблица 12 – Основные отличительные характеристики товаров и услуг

Типичные материальные блага (товары)	Типичные услуги
Осязаемость; Материализация в вещи, экземпляры которой могут накапливаться; Производство/распределение отделено от потребления; Потребитель не участвует в производстве; Передача собственности	Неосязаемость; Процесс/деятельность, которые не могут накапливаться; Производство/потребление осуществляются одновременно; Потребитель участвует в производственном и сервисном процессах; Отсутствие передачи собственности

Важной характеристикой услуги в типичном ее понимании является неосязаемость (нематериальность), под которой подразумевается неосязаемость эффекта служебной деятельности. Данный эффект определяется потребителем через субъективные ощущения и эмоции, проявляется в степени удовлетворенности услугой и соответствии определенной потребности.

Свойство нематериальности положено в основу определения услуги как экономической категории. Так, известными экономистами, представителями Чикагской школы экономики К.Р. Макконеллом и С.Л. Брю услуга определена как нечто невидимое, в обмен на что покупатель готов предоставить что-либо ценное [161, с. 400]. Маркетолог Ф. Котлер трактует услугу как определенные мероприятия или преимущества, в большинстве своем нематериальные и неосязаемые, по поводу купли-продажи которых продавцы и покупатели вступают

в конкретную сделку [140, с. 638].

Различные взгляды на природу и сущность услуг высказывают представители немецкой школы экономики. Например, С. Халлер рассматривает услугу как состояние готовности продавца (производителя услуги) к действиям, направленным на удовлетворение нематериальных запросов потребителей, предусматривающим объединение и синхронизацию всего комплекса необходимых для данной деятельности ресурсов, а также создание правовых, административных и прочих условий ее реализации [314].

Существуют также альтернативные подходы к определению понятия услуги. Например, известный исследователь рынков К. Лавлок определяет услугу с двух позиций:

– под услугой понимается определенное действие или процесс, который предлагается одной из сторон другой стороне, предусматривающий использование физических объектов (товаров). При этом выполнение каких-либо действий с данными объектами является неосязаемым, лишенным материально-вещественной основы, вследствие чего не приводит к формированию права собственности на результат;

– услуга подразумевает особый вид экономической деятельности, в процессе которой создается определенная ценность или формируются уникальные преимущества, за которые потребитель услуги готов заплатить установленную цену. Купля-продажа услуги осуществляется в заранее известном месте, по цене, удовлетворяющей как продавца, так и покупателя, и носит характер осязаемых или неосязаемых действий, адресованных покупателю услуги или направленных на его имущество [152, с. 34].

В общем смысле слова «услуга» не является вещью, а включает в себе процесс или деятельность производителя с целью получения определенной выгоды как в виде дохода, так и в виде социального эффекта. Кроме того, современной услуге присущи специфические характеристики, например невозможность хранения и накопления, что придает ей более высокую мобильность, позволяя ее как локализовать, так и рассредоточивать.

Неоспоримым является тот факт, что транспортировка услуги в сравнении с благом-товаром также имеет свои особенности. Так, если потребитель услуги находится на расстоянии от ее производителя, производство и непосредственное потребление услуги становится невозможным. Для того, чтобы услуга была произведена и реализована, необходимо приблизить либо производство к потребителям (например, строительство станции метрополитена в густонаселенном районе, создание Университета в городе с достаточным числом жителей и пр.), либо наоборот, приблизить покупателя услуги к ее продавцу (например, доставка на дом горячего питания, выездные лекции для студентов отдаленных вузов, посещение туристских объектов, исторических достопримечательностей и так далее). Одновременность (совпадение во времени) производства и потребления большого числа услуг, а также вынужденное сближение их продавцов и покупателей, способствуют расширению сферы личных взаимоотношений всех участников рынка услуг [69, с. 10-11]. Тенденцию к разнообразию и индивидуализации услуг предопределяет вклад человеческого фактора, повышая роль как производителя, так и покупателя в процессе эффективного функционирования сервисного сектора. Так, личностно-потребительская ориентация, с одной стороны, индивидуализирует запросы потребителей в отношении сервиса, с другой – потребитель все чаще становится участником процесса производства услуг.

В целом, разделение материального и нематериального секторов экономики, по мнению автора данного диссертационного исследования, становится все более условным, а принятая в научных кругах парадигма «4Не» (нематериальность, неотделимость, несохраняемость, непостоянство), отражающая отличительные свойства товара и услуги, носит дискуссионный, а, зачастую, спорный характер, что предопределяет иную модификацию ее отдельных положений:

– «нематериальность» как одно из исключительных свойств услуг, теряет свою актуальность, так как все большая часть продукции сервисного сектора приобретает вещный характер (вид), а сами услуги подвержены дифференциации на материальные (например, транспорт, связь, услуги ЖКХ) и нематериальные

(образование, здравоохранение и мн.др.);

– «неотделимость» услуги от потребителя (производителя) как свойство утратило свою значимость в связи с появлением возможностей ее оказания без личного присутствия потребителя (производителя). Например, услуги химической чистки одежды, ремонт помещений, предоставление услуг в банковской сфере (банкоматы), посредством компьютерных информационных систем в сфере образования (дистанционное обучение).

С целью наиболее полного понимания происходящих трансформационных процессов автором предложено расширить перечень «Не», как характерных для услуг свойств:

– ввести свойство «неоднородность» - принадлежность одних и тех же услуг к различным их классификационным группам, или гетерогенность услуг как высокая степень изменчивости их содержания и качества в зависимости от предпочтений потребителя (например, интеллектуальные деловые услуги – издательские, телекоммуникационные, консалтинговые, научные исследования и разработки и т.п.);

– включить «нетипичность» как факт роста доли услуг, оказание которых невозможно без адаптации отдельного пользователя или группы пользователей к их особенностям, а потребление таких услуг предполагает умение и возможность потребителя эффективно применять полученные знания (например, знаниеемкие услуги);

– обозначить «неопределенность» услуг как результат отражения современной практики хозяйствования, а именно – возможность оценки результата деятельности по оказанию услуги только после ее потребления (например, гостиничные услуги).

Таким образом, парадигма «4Не» модифицируется в «5Не» (несохраняемость, непостоянство, неоднородность, нетипичность, неопределенность), которая положена автором в основу методологической трансформации, отображающей не столько отличия услуги от товара, сколько характеризующей современную услугу как особый товар (Рисунок 8).

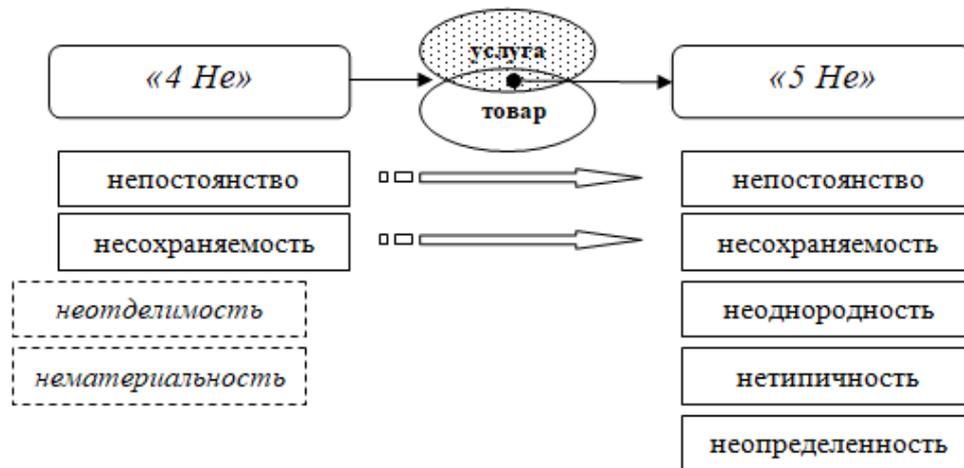


Рисунок 8 – Методологическая трансформация континуума сущностного содержания категории «услуга», как особой формы товара

Предложенные автором «5He» отображают не отличительные свойства товара от услуги, а наоборот, частично их отождествляют. В действительности данное означает, что современное материальное производство зачастую приобретает услугу специфику, выраженную в формировании и развитии сети сервисных служб, послепродажного обслуживания клиентов, лизинговых операций и мн.др. В этой связи на фирмах появляется необходимость расширения перечня работников, не имеющих прямого отношения к производственному процессу.

Терминологическая неустойчивость дефиниции «услуга», а также тенденция диверсификации продукции сервисного сектора на мировом и отечественном рынках предопределила наличие разнообразных и нередко антиномистических классификационных групп, исследуемых в данной диссертации. Все классификационные группы и их характеристики, которые представлены в отечественной и зарубежной литературе (см. работы Т.Д. Бурменко [53], Л.С. Демидовой [95], Е.Н. Жильцова [69], Л.М. Кликич [127], Ф. Котлера [140], К. Лавлока [152], Т.Н. Лысенко [160], В.И. Тиняковой [252], К. Хаксевера [266] и др.), выполняют свои научные функции в соответствии с конкретными целями исследования.

Классификация – это систематизированная дифференциация объекта

исследования по наиболее значимым признакам и критериям. Обычно любая классификация содержит в себе элементы условности и преследует следующие основные цели:

- определить наиболее важные, отличительные признаки данного явления;
- выяснить в какой мере эти выделенные признаки и характеристики могут быть присущи другим классам;
- улучшить понимание сущности и анализа изучаемого явления.

Однако, любая классификация как теоретическая абстракция предполагает некоторые допущения и условности, поскольку наряду с трансформациями, происходящими в услуговой сфере, совершенствуются и их классификационные признаки как факторы дальнейшего позиционирования услуг на рынке. Так, с точки зрения вышеуказанного критерия, к услугам первого уровня могут быть отнесены услуги с высокой степенью персонализации:

- наука и образование;
- информационное обслуживание;
- культура и искусство;
- здравоохранение (включая физическую культуру и спорт);
- досуговые;
- рекреационные;
- деловые и другие услуги.

Услуги второго уровня характеризуются минимальным взаимодействием производителя и потребителя:

- бытовые и строительные услуги;
- телекоммуникационное обслуживание;
- транспорт;
- услуги финансово-кредитной сферы и страхования;
- услуги жилищно-коммунального хозяйства;
- общественного питания и торговли.

Несомненно, представленная типология услуг не описывает всю многогранность сервисной деятельности, не отменяя дифференциацию услуг в

зависимости от специфики процесса производства и степени овеществления его результата: услуги материального характера (транспорт, связь, бытовые услуги, жилищно-коммунальное хозяйство, услуги торговли и т.д.) и нематериального характера (наука, образование, здравоохранение, туризм и т.д.). Также услуги можно рассматривать как с точки зрения удовлетворения потребностей – отдельного домашнего хозяйства или совместных потребностей общества (услуги органов власти, оборона и правопорядок, таможенная и налоговая службы и т.д.) или как обязательный атрибут производства материальных и духовных благ, то есть услуги производственные. В целом, современный сервисный сектор включает в себя множество категорий услуг, различных по своей функциональной направленности, а, следовательно, и по критериальным свойствам.

В мировой практике сфера услуг как объект экономических исследований классифицируется по различным признакам:

1. Взаимозаменяемости и связи с товарами.

Данную классификацию использовал секретариат Генерального соглашения по таможенным тарифам и торговле (ГАТТ). Она не являлась общепринятой и включала в себя четыре группы:

- услуги, заключенные в товары (кинокартины, запись на диски и т.д.);
- услуги, дополняющие торговлю товарами (почта, банковские услуги и т.д.);
- услуги, являющиеся заменителями при продаже товаров (ремонт, лизинг и т.д.);
- услуги, не связанные с реализацией товаров (юридические, медицинские, путешествия и т.д.).

2. Принадлежности к материальному производству.

Данная классификация традиционно использовалась в дореформенной России. Причинами этого были приоритет материального производства и остаточный подход к финансированию услуг личного характера. По данной классификации выделялись две группы услуг:

- услуги, связанные с обслуживанием процесса производства и его

продолжением в каналах обращения и потребления;

- непроизводственные услуги личного и общественного характера.

Недостаток данной классификации состоял в том, что одни и те же услуги относились к группе услуг производственного характера и услугам нематериальной сферы.

В основу классификации услуг могут быть положены и прочие критерии, среди которых можно отметить следующие: по назначению, по трудоемкости услуг, по степени материализации и осязаемости и др. [96, с. 26].

В научных трудах, посвященных исследованию развития общества, а именно, его постиндустриальной стадии, непосредственно сферу услуг принято подразделять на три сектора: третичный (услуги, направленные на обслуживание материального производства), четвертичный сектор (сюда входят торговля, финансы, страхование и т.д.) и пятеричный сектор (услуги образовательные, информационно-научные, деловые и т.д.). В мировой статистике подобное разделение не нашло своего достойного применения, однако его актуальность заключается в том, что пятеричный сектор отвечает за группы отраслей сферы услуг, прогрессивное развитие которых определяет модель будущего постиндустриального общества.

Ранее упомянутый профессор К. Лавлок выделяет четыре группы услуг:

- услуги, направленные на человека (например, медицинские);
- услуги, направленные на сознание человека (например, образовательные);
- услуги, направленные на физические объекты, находящиеся в собственности человека (например, транспортные);
- услуги, направленные на нематериальные активы, основанные на обработке информации (например, финансовые) [152, с. 75-79].

Любая попытка описания всего многообразия услуг заведомо бесперспективна из-за широкого и постоянно обновляющегося ассортимента как услуг, так и форм и методов их оказания. Наиболее общая и распространенная классификация услуг базируется на таких признаках как экономическая природа,

назначение, сфера распространения, степень коммерциализации, форма организации, способы производства, уровень абстракции, легитимность и экстернализм.

Дифференциация услуг на абсолютные и утилитарные определяется степенью их абсолютной ценности (выступление конкретного артиста – абсолютная услуга, а снабжение или сбыт, являясь утилитарными, способствуют удовлетворению производственных потребностей). Большинство услуг имеют полезность как для отдельных людей (услуга по обучению конкретного лица – личная), так и для определенного коллектива (услуги лектора аудитории – коллективная). Производственная и непроизводственные сферы являются самыми крупными сферами распространения услуг. К услугам производственного характера относится, например перевозка грузов. Особое внимание в рыночной экономике уделяется степени коммерциализации услуг.

В зависимости от вышеуказанного классификационного признака в рамках сервисного сектора выделяют платный (коммерческий, рыночный), государственный (нерыночный, общественный) и смешанный сектора. Отличия упомянутых секторов друг от друга заключаются в их специфике отражения движения активов в Системе национальных счетов, включения в экономический кругооборот, в особенностях взаимоотношений производителей и потребителей. Коммерческие услуги носят, как правило, товарный характер и производятся с целью получения прибыли. Термин «государственные услуги» характеризует не столько форму собственности, сколько форму организации производства услуг. Кроме того, все известные способы производства можно подразделить на чистые и смешанные. Под чистым способом производства услуг понимается такая форма их организации, когда производство последних является исключительной формой деятельности производителя (специализированные предприятия). В классификационном признаке по уровню абстракции отражается такое свойство услуги, как нестабильность качества. Речь идет об идеальных услугах, которые стандартизированы и индивидуализированы по производителям, потребителям. Степень легитимности услуг во многом зависит от социально-политической

организации общества. Чем выше уровень экономического развития, политической демократизации и правосознания граждан, тем меньше сфера распространения услуг нелегитимного характера (например, коммерческая спекуляция). В заключении, большинство государственных услуг (некоммерческих) обладают экстерналиями (внешними эффектами), наличие которых не позволяет отнести их к частным благам [248, с. 7-8].

Обобщение наиболее значимых признаков классификации услуг представлено в работах Н.А. Восколович (Приложение В). Наиболее общепринятым, в том числе в мировой аналитической (статистической) практике анализа сферы услуг, является классификационный подход, в рамках которого сочетаются два признака – производственно-технологический и функциональный. Производственно-технологический признак группирует отрасли услуг по тем или иным отраслям, функциональный признак – указывает на профильную направленность отраслей (например, обслуживание объектов собственности, личности и потребителя). В целях исследования сферы услуг на макроэкономическом уровне наиболее оптимально сочетать функциональный подход с отраслевым разделением, что создает предпосылки для полноценного включения сферы услуг в Систему национальных счетов и дает возможность актуального отображения места и роли услуг в общественном воспроизводстве [68; 69, с. 33-34].

Классификация изучаемой сферы внутри отдельных групп или видов продолжается за счет развития признака функционального назначения. Например, деловые услуги подразделяются на консультативные, финансово-инвестиционные, операционные и т.д.). По мере развития современной экономики наблюдается дифференциация отраслей и одновременно синтез видов деятельности внутри сферы услуг. В результате возникают услуги комплексного характера.

Современное изучение сервисной сферы основывается на различных классификациях, используемых как на международном, так и на национальном уровне. Так, в рамках классификации ВТО (Всемирной торговой организации – World Trade Organisation) выделяется более 150 видов услуг, сгруппированных в

по следующим секторам: деловые услуги, услуги связи, строительные и инженерные услуги, дистрибьюторские услуги, образовательные услуги, услуги по защите окружающей среды, финансовые услуги, здравоохранение и социальные услуги, туристические услуги, услуги по организации досуга, транспортные услуги и прочие [300]. Помимо классификации ВТО в мировой практике используется классификация Организации экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Cooperation and Development), Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities) и другие.

В России в настоящее время действует Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД), который входит в состав Единой системы классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации (ЕСКК) Российской Федерации. ОКВЭД включает перечень классификационных группировок экономической деятельности, отнесенных к сфере услуг [137]:

- Раздел G. Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых товаров и предметов личного пользования;
- Раздел H. Гостиницы и рестораны;
- Раздел I. Транспорт, складское хозяйство и связь;
- Раздел J. Финансовая деятельность;
- Раздел K. Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг;
- Раздел L. Государственное управление и обеспечение военной безопасности, обязательное социальное страхование;
- Раздел M. Образование;
- Раздел N. Здравоохранение и предоставление социальных услуг;
- Раздел O. Прочие коммунальные, социальные и персональные услуги;
- Раздел P. Предоставление услуг по ведению домашнего хозяйства.

Вышеперечисленные группы выделяют основные профильные услуги.

Также в нашей стране услуги классифицируются с помощью Общероссийского классификатора услуг населению (ОКУН), который включает перечень услуг, предоставляемых населению предприятиями и организациями различных организационно-правовых форм собственности.

Необходимо отметить, что с методологических позиций до сих пор отсутствует четкая и полная научная классификация отраслей или видов услуг. Подходы к классификации услуг многочисленны и существующие варианты далеко не соответствуют современным реалиям. Исследуя наиболее актуальные классификационные группы сервисного сектора национальной экономики, автором приводится типология основных походов к его сегментации, выделяются сферы применения и недостатки использования (Таблица 13).

По мнению автора, использование иерархического подхода затруднит проведение научных исследований услуги как самостоятельного экономического феномена. Производственный и качественный подходы являются весьма условными, что связано с упрощенным пониманием отнесения тех или иных отраслей народного хозяйства к различным сферам общественного воспроизводства. Наиболее успешная попытка отражения динамики развития постиндустриального общества предпринята сторонниками секторального подхода, согласно которого собственно сфера услуг подразделяется на три сектора: третичный сектор, четвертичный и пятеричный. Однако в целях создания классификационной системы, адекватной для решения различных практических задач в сфере услуг на основе научно обоснованного подхода к их разделению, наиболее целесообразно сочетать функциональный подход с отраслевым делением, внутри которых будут гармонизироваться как различные классификационные группы, так и виды экономической деятельности.

Таблица 13 – Типология основных подходов к классификации услуг в России

Типология подходов	Критерий отнесения	Перечень услуг	Сферы применения классификации
Отраслевой подход	профильная направленность отраслей	<ul style="list-style-type: none"> - оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых товаров и предметов личного пользования; - гостиницы и рестораны; - транспорт, складское хозяйство и связь; - финансовая деятельность; - операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг; - и т.д. 	в практике государственного учета и статистики (ОКВЭД)
Иерархический подход	субъектно-объектная направленность воздействия	<ul style="list-style-type: none"> - услуги, направленные на человека (услуги здравоохранения); - услуги, направленные на сознание человека (образовательные услуги); - услуги, направленные на физические объекты, находящиеся в собственности человека (транспортные услуги); - услуги, направленные на нематериальные активы, основанные на обработке информации (финансовые услуги). 	в практике государственного учета и статистики (ОКУН)
		<ul style="list-style-type: none"> - услуги, ориентированные на производство; - услуги, ориентированные на общество; - услуги, ориентированные на домашнее хозяйство; - услуги личного характера. 	условно научная
Функциональный подход	профильная направленность отраслей	<ul style="list-style-type: none"> - услуги производственного характера; - услуги жизнеобеспечения; - социальные услуги; - культурные услуги; - торговые услуги; - деловые услуги (консультативные, финансово-инвестиционные, операционные и т.д.). 	в практике анализа сервисной деятельности

Производственный подход	уровень опосредования деятельности и ее результатов материально- вещественными элементами (степень материализации и осязаемости)	- материальные (транспорт, связь, услуги ЖКХ и т.д.); - нематериальные (наука, образование, здравоохранение и т.д.); - производственные (услуги органов государственного управления, обороны, поддержания правопорядка, таможенная и налоговая служба).	условно научная
Качественный подход	персонализация труда или уровень взаимодействия производителя и потребителя	- услуги первого уровня (наука и образование; информационное обслуживание; культура и искусство; здравоохранение (включая физическую культуру и спорт) досуговые; рекреационные; деловые и другие услуги; - услуги второго уровня (бытовые и строительные услуги; телекоммуникационное обслуживание; транспорт; услуги финансово-кредитной сферы и страхования; услуги жилищно- коммунального хозяйства; общественного питания и торговли).	условно научная
Секторальный подход	специфика включения в экономический кругооборот (по форме собственности, по форме организации производства услуг)	<p>- услуги третичного сектора (услуги по обслуживанию материального производства);</p> <p>- услуги четвертичного сектора (торговля, финансы, страхование, операции по обслуживанию недвижимости);</p> <p>- услуги пятеричного сектора (информационно-научные, образовательные, деловые услуги).</p> <hr/> <p>- первичный сектор и вторичный сектора — добывающие и производственные отрасли);</p> <p>- третичный сектор (сектор услуг);</p> <p>- четвертичный сектор (интеллектуальные услуги).</p> <hr/> <p>- сектор платных услуг (рыночный, коммерческий);</p> <p>- сектор государственных услуг (нерыночный общественный);</p> <p>- смешанный сектор.</p>	условно научная

По мнению автора, использование иерархического подхода затруднит проведение научных исследований услуги как самостоятельного экономического феномена. Производственный и качественный подходы являются весьма условными, что связано с упрощенным пониманием отнесения тех или иных отраслей народного хозяйства к различным сферам общественного воспроизводства. Наиболее успешная попытка отражения динамики развития постиндустриального общества предпринята сторонниками секторального подхода, согласно которому собственно сфера услуг подразделяется на три сектора: третичный сектор, четвертичный и пятеричный. Однако в целях создания классификационной системы, адекватной для решения различных практических задач в сфере услуг на основе научно обоснованного подхода к их разделению, наиболее целесообразно сочетать функциональный подход с отраслевым делением, внутри которых будут гармонизироваться как различные классификационные группы, так и виды экономической деятельности.

В целом, любая классификация, как теоретическая абстракция предполагает недостатки или несоответствия. Так, в представленной автором типологии подходов к классификации услуг выделены основные из таковых:

1) несоответствия «по горизонтали» (в рамках одной классификационной системы или типологического подхода):

– противоречивость описания сфер применения услуг (условность отраслевой принадлежности, деления сферы услуг), обусловленная дифференциацией, синтезом отраслей и видов экономической деятельности, что в итоге приводит к «размыванию» границ между материальным и нематериальным производством;

– однородность услуг в рамках одной и той же классификационной системы (группы), обусловленная их взаимозависимостью и взаимосвязью, что приводит к появлению услуг комплексного характера, трудно поддающихся анализу (затрудняет проведение аналитических исследований);

– в рамках единого подхода возникают различные классификационные группы (принцип систематизации четко не определен).

2) несоответствия «по вертикали» (в рамках нескольких классификационных систем или типологических подходов):

– несовместимость теоретических, научно обоснованных подходов и принятых в практике анализа классификационных систем, что, несомненно, затрудняет проведение научных исследований в сфере услуг;

– в рамках идентичных критериев возникает дифференциация подходов (принцип систематизации четко не определен);

– доминирование «остаточного принципа» формирования сектора услуг, а также финансирования услуг личного характера;

– ограниченность применения конкретных услуг как для проведения анализа, так и для определенного круга потребителей.

Трансформация системы научных взглядов на услуги обусловлена не только появлением новых их видов и групп, особенностями производства, изменениями структуры потребления, но и накоплением новых знаний об их сущности и разнообразных формах проявления. В современных условиях особо актуализируется проблема изучения социально значимых услуг.

В научном сообществе понимание социальной значимости услуг варьируется от суженного их представления в форме удовлетворения социальных потребностей или социальных прав граждан, закрепленных законодательно и предоставляемых преимущественно государственным сектором, до трактовки в самом широком смысле – рамках теории общественных благ, учитывающей их особые характеристики.

Придерживаясь расширительной трактовки автор уточняет сущностное понимание социально значимых услуг и определяет их как развитую форму смешанных общественных благ в условиях трансформации экономической жизни, обладающих значительными положительными внешними эффектами потребления, производимые и предоставляемые через различные формы государственно-частного взаимодействия, обусловленного достижением социального и экономического баланса интересов акторов и государства, и основанных на взаимозависимых принципах полноты выбора, конкурентности и

взаимной ответственности с целью повышения качества жизни населения, его гармоничного и всестороннего развития.

«Полнота выбора» выходит за рамки классического представления о диверсификации предоставляемых социально значимых услуг и интерпретируется автором как направленность на обеспечение прав человека не в ограниченных масштабах, которые выражаются в законодательно фиксированных государственных гарантиях, а на уровне, достаточном для полноценной жизнедеятельности, удовлетворяя базовые и актуализируя социальные, интеллектуальные потребности. Для производителя выбор в определенной степени означает альтернативу инструментов государственного воздействия с целью десубординизации функций бизнеса в российской экономике.

«Конкурентность» социально значимых услуг выражается в конкурентно-рыночном характере их предоставления, обуславливая не только разнообразие способов производства и оказания СЗУ, наличие потребительского выбора, но и наращивание социальных вложений предпринимательского сектора в исследуемой сфере, что, несомненно, укрепляет конкурентный потенциал компаний в представлении как государства, так и общества в целом.

Сущность «взаимной ответственности» логично вытекает из предыдущих суждений автора о поведении рыночных агентов и представляет собой стремление экономических акторов к достижению поставленных целей на договорных началах. Усилия государства направлены на повышение благосостояния и уровня жизни человека, столкнувшегося с фильтром платности производителя. В свою очередь, рентоориентированный бизнес, предоставляя социально значимые услуги, готов к реализации программ, внесших значительный вклад в формирование определенного уровня общественного доверия. Таким образом, взаимная ответственность представляется автору как некий побудительный фактор, при воздействии которого действия одних экономических акторов неизбежно повлияют на состояние других субъектов рынка, что будет стимулировать взаимодействующие стороны совместно вырабатывать и реализовывать единые подходы при решении социально значимых проблем,

основанные на партнерских отношениях.

Обобщая представленные различными исследователями методические подходы к классификации благ социальной направленности, предложена классификация социально значимых услуг с учетом авторского подхода к их трактованию и на основе различных критериев (Таблица 14).

Таблица 14 – Авторская классификация социально значимых услуг

Критериальный признак	Виды социально значимых услуг
Форма предоставления	- частная - государственная - смешанная - некоммерческая
Сферы деятельности	- производственные - непроизводственные
Характер удовлетворенных потребностей	- общественные - индивидуальные
Условия доступности	- платные - бесплатные
Воздействие на человека	- воздействует на жизнеспособность человека - воздействует на человеческий капитал
Источники финансирования (предоставления)	- государственный капитал - частный капитал - общественные фонды
Наличие материально-технических и функциональных элементов факторов производства	- капиталоемкие (транспорт, ЖКХ) - трудоемкие (образование, культура, искусство, образование, наука)

Авторское видение социально значимых услуг как объекта изучения выходит за рамки детализации видов экономической деятельности, принятой в отечественной практике государственного учета и статистики (Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, Общероссийский классификатор услуг), не отражающей такие существенные классификационные признаки экономического актора как форма собственности, организационно-правовая форма, определяющие вид юридического лица (коммерческие и некоммерческие). Социальная сфера раскрывает данное явление в двух аспектах: чаще всего с позиции витальности характера социальных услуг (например, социальная помощь, социальное обеспечение), что представляется автору как

суженное понимание СЗУ; и значительно реже, но наиболее адекватно в современных условиях – с точки зрения оценки их влияния на развитие и воспроизводство человеческого потенциала. Немаловажная роль в формировании видения социальной значимости услуг отводится социальной инфраструктуре (объектам инфраструктуры), образующей материальную базу производства услуг, от уровня развития которой напрямую зависит их качество.

Таким образом, по мнению автора, социальная значимость изучаемого объекта:

- выходит за рамки профильной направленности услуг (социальные услуги, культурные услуги и т.п.) по причине дифференциации отраслей или синтеза отдельных видов экономической деятельности, но относится к определенной группе услуг, в том числе комплексного (смешанного) характера;

- лежит в плоскости, границы которой с одной стороны определены публичными функциями государства (например, деятельность бюджетных учреждений социальной сферы, направленная на создание и улучшение условий для жизнедеятельности отдельных категорий граждан), с другой – обтекаемо заданы функционированием предприятий, организаций различных форм собственности и отраслевой принадлежности, деятельность которых не только определяет образ и уровень жизни каждого члена общества, но и направлена на развитие человеческого потенциала, поэтому осуществляется при непосредственном взаимодействии с органами власти.

Существующие теоретико-методологические и прикладные стереотипы современной сферы услуг, сложившиеся в условиях социально-ориентированной рыночной экономики России, а также специфические характеристики, присущие отдельным нетипичным их видам, значительные внешние эффекты, возникающие при их потреблении, сформировали противоречия между ожиданиями: населения в отношении качества и стоимости услуг; бизнеса – в отношении механизмов и оперативности возмещения его затрат; государства – относительно повышения уровня жизни населения. Данные противоречия предопределяют характер и эффективность взаимоотношений между хозяйствующими субъектами,

государством и обществом в процессе производства, распределения и потребления благ, в том числе социального характера. При отсутствии системного подхода к исследованию условий и факторов функционирования субъектов во взаимодействии друг с другом снижается отдача от вложенных ресурсов в развитие социально-экономических систем, что, несомненно, оказывает негативное влияние на достижение качественных и структурных сдвигов уровне жизни населения.

2.3 Институциональные факторы формирования социализированной предпринимательской среды

Развитие мирового рынка услуг и совершенствование механизмов регулирования мировой торговли услугами неизбежно привело к необходимости формирования международной сети услуг, основанной на применении современных технических средств связи и IT-технологий. В этой связи традиционные методы регулирования usługовой деятельности утратили свою актуальность и эффективность, и стали фактором, сдерживающим достижение научно-технического прогресса в искомой сфере. Так, в 90-х годах XX века мировое сообщество пошло по пути создания международного механизма регулирования торговли услугами путем выработки общих правил для всей сферы взамен экстенсивной системы регулирования обмена услугами (таможенный контроль, квотирование, ценовая дискриминация для иностранных фирм и другие меры проявления протекционизма). Новые «правила игры» на внешнем рынке способствовали развитию международной торговли, основанной на консенсусе, и при применении следующих основных принципов: свободной конкуренции; минимизации отрицательных эффектов дискриминации; прозрачность, публичность и единство подхода к трактовкам нормативно-правовой базы; взаимная ответственность.

Данные принципы нашли свое отражение или были положены в основу

национальных государственных политик в части регулирования и контроля сервисной сферы. Поэтому важной составляющей реализации социально-экономической политики на эффективном уровне является изучение институциональных факторов формирования среды функционирования хозяйствующих субъектов, адекватной современным конкурентным условиям предоставления услуг, в том числе социально значимых. Речь идет о формировании бизнес-среды, условия функционирования которой задает государство.

Обобщая представленные различными исследователями точки зрения на сущность предпринимательской среды как экономической категории (Н.В. Банникова [34], О.Ю. Ворожбит [67], К.И. Курпаяниди [151], М.Г. Лапуста [156], М.В. Плешакова [201], Н.В. Спешилова [246], О.А. Тойшева [254] и др.) автор приходит к выводу, что большинство трактовок сводится к структурно-уровневой характеристике бизнес-окружения, подразумевающей последовательное исследование нано, микро, мезо и макро уровней среды, а также факторов внутреннего и внешнего воздействия, присущих каждому из указанных уровней. По мнению автора, подобный подход не только не отражает многоаспектность государственного участия в производстве социально значимых услуг, но и не отображает роль предпринимателя в формировании среды функционирования с целью определения возможности какого-либо влияния на ее отдельные элементы, а также требует корректировки в части систематизации процессов, протекающих на различных уровнях среды.

В авторском понимании предпринимательская среда трактуется с учетом специфики предоставления социально значимых услуг и охарактеризована с позиции субъектно-объектного подхода, подразумевающего систему взаимосвязей ее основных институтов (субъектов), имеющих цели и интересы, направленные на одни и те же объекты (Рисунок 9). Институтами представляются как отдельные производители, потребители, так и целая отрасль, государство. Объектами являются принципы, условия и факторы осуществления институтами своей деятельности, включая все то, на основе чего возникают рыночные отношения.

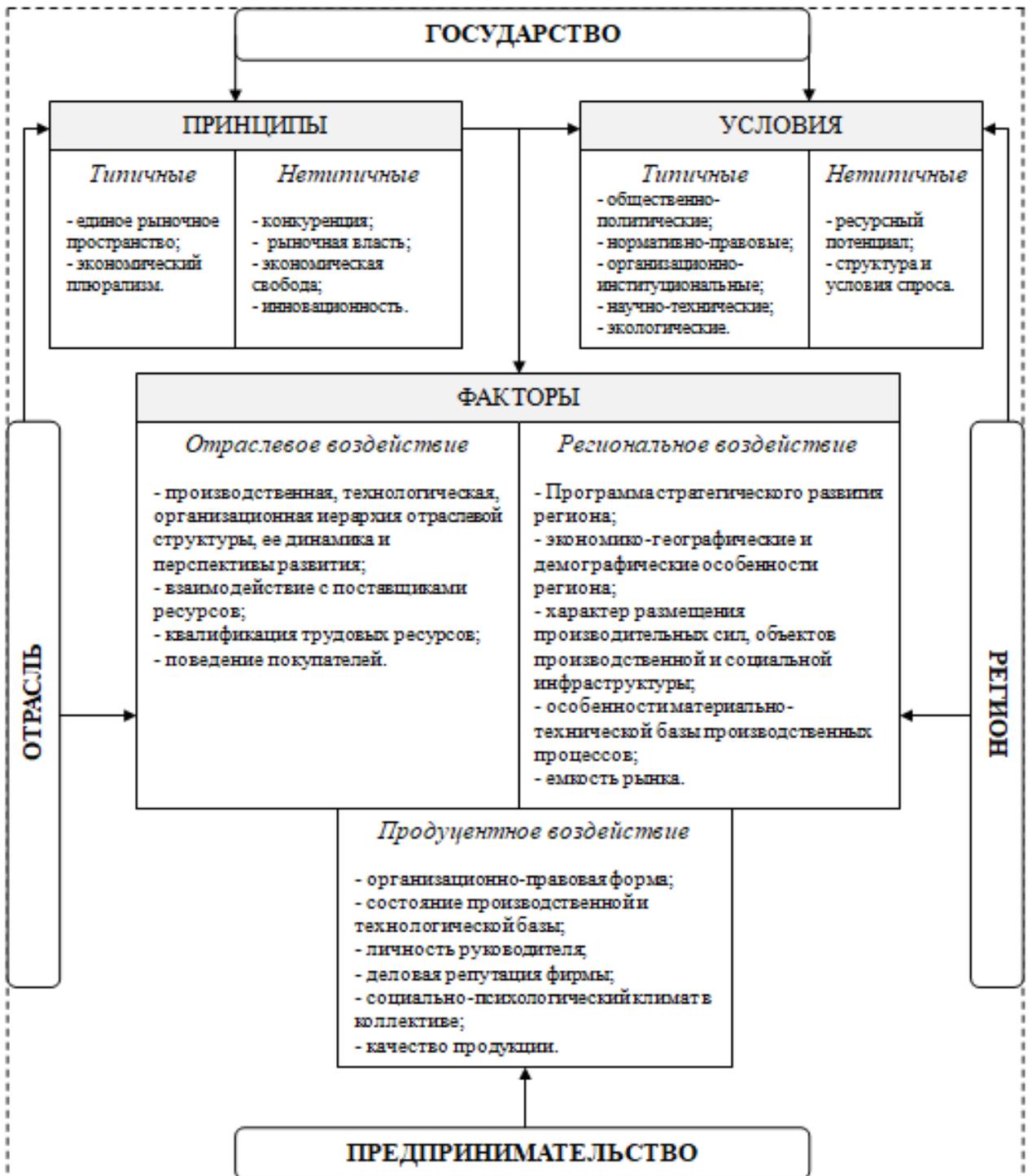


Рисунок 9 – Авторский подход к исследованию предпринимательской среды (на примере сферы социально значимых услуг)

Базовые (типичные) принципы формирования институциональной среды определены в Конституции РФ (ст. 8) и подразумевают гарантию единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, услуг и

финансовых средств, поддержку конкуренции, свободу экономической деятельности [1]. Совокупность принципов подвержена коррекции в зависимости от сферы или вида осуществляемой экономической деятельности. Так, к специфическим (нетипичным) принципам осуществления деятельности в сфере социально значимых услуг можно отнести конкуренцию, рыночную власть, личную заинтересованность, экономическую свободу, инновационность. В силу наличия особых характеристик СЗУ и обусловленных ими принципами формирования среды, производители вынуждены осуществлять свою деятельность в заранее определенных условиях, которые также дифференцированы автором (типичные и нетипичные). Необходимо отметить, что производители не оказывают непосредственного влияния на принципы и условия осуществления своей собственной деятельности, которые «диктуются» государством.

Сгенерированные в среде условия, детерминированные принципами формирования, в свою очередь, трансформируются в факторы, оказывающие непосредственное влияние на эффективность деятельности фирмы в анализируемом пространстве. Под факторами подразумевается система регионального, отраслевого и продуцентного воздействия на способность экономических субъектов осуществлять свою деятельность (ее активность в том числе). Взаимозависимости между принципами, условиями, факторами обусловлены характером и особенностями производства на территории присутствия. После того как сформулированы принципы осуществления деятельности, предприниматель оценивает созданные условия, при которых она будет организована, выделяет факторы внешней и внутренней среды. Таким образом, предложенная автором субъектно-объектная структура институциональной среды в сфере СЗУ чувствительна к любым изменениям экономической ситуации на любом из ее уровней – нано, микро, мезо, макро. Между тем, автором подчеркивается неизбежное воздействие принципов, условий и факторов мегаэкономического поля, порождающих страновые риски и негативные социально-экономические процессы такие как усиление санкционного

давления, валютные и инфляционные риски, риски безработицы, бюджетные риски и др.

Особое внимание необходимо обратить на принцип формирования предпринимательской среды – конкуренция, по своей сути являющейся важнейшим элементом роста предпринимательской активности, стимулом совершенствования и устойчивости развития бизнеса. Поддержание соревновательного характера отношений между экономическими субъектами возможно только при равных принципах хозяйствования и разделении экономической власти между конкурентами. Это означает, что все субъекты, действующие в условиях конкретной среды, могут претендовать на определенные результаты своей деятельности [67, с. 127].

Дискуссионным является утверждение о том, что предпринимательская среда – это благоприятная, комфортная ситуация. В своих научных работах они справедливо указывают на наличие проблем исследования данной категории, обусловленных дифференцированным характером воздействия элементов предпринимательской среды на ее формирование и развитие: условия и факторы предпринимательской среды, детерминированные особыми характеристиками социально значимых услуг, могут иметь как положительный, так и отрицательный для бизнеса эффект воздействия. Например, сокращение бюджетных ассигнований, традиционно обеспечивающих воспроизводство предприятий пассажирского транспорта общего пользования (ПТОП), значительно затрудняет адаптацию субъектов отрасли к новым социально-экономическим условиям, а также осуществление экономическими акторами долгосрочных проектов с целью обеспечения качественного транспортного обслуживания населения. Между тем, индивидуализация и дифференциация запросов потребителей, растущие экономическая активность и пространственная мобильность граждан предъявляют новые требования к процессам производства и оказания социально значимых услуг, усиливая тенденцию к их коммерциализации. Таким образом, уровень «комфортности» осуществления деятельности в социализированной предпринимательской среде обусловлен не только установленными «правилами

игры», но и зависит от результатов (опыта) хозяйствования экономических субъектов на территории присутствия в виде внешних, зачастую сдерживающих эффектов, противоречащих нормальной практике рыночных отношений. Так, на примере социально значимых услуг пассажирского транспорта общего пользования автор выделяет следующие сдерживающие факторы (элементы) конкурентной среды, не позволяющие акторам обеспечить прогнозируемость результатов своего развития (Рисунок 10):

1. «Парадокс монополистического конкурента». Противоречие заключается между стремлением предприятия занять монопольное положение на рынке и одновременно диверсифицировать свою деятельность с целью упрочения рыночной власти. В практике хозяйствования операторов ПТОП данное противоречие разрешается путем дробления крупного предприятия на более мелкие или распределения рынка между дочерними компаниями структуры холдингового типа с целью сохранения своего конкурентного пространства.

2. Ограничительная тарифная политика государства. В современной практике осуществления регулярных пассажирских перевозок в российских регионах уровень включенности частного сектора в решение социально значимых проблем в значительной мере зависит от формирования эффективного механизма возмещения затрат на их производство, позволяющего сделать объем потребления независимым от уровня тарифа, цен на ресурсы и текущего дохода потребителя. В основу ценообразования в сфере ПТОП положен механизм определения рационального уровня тарифа, учитывающего платежеспособный спрос населения на социально значимые перевозки, а также сложившуюся систему дотирования и финансовые возможности бюджета в регионе. Расчет тарифа на перевозку пассажиров на основе контрольно-нормативных показателей, значение которых, как правило, занижено относительно факта, в совокупности с недостатком бюджетных источников финансирования обуславливает низкий процент покрытия расходов собственными доходами предприятий.

3. Отсутствие мотивации к снижению издержек и развитию конкуренции. Невозможность предприятий, осуществляющих пассажирские перевозки,

повлиять на модель ценообразования является основным фактором, сдерживающим процесс развития конкурентных отношений на рынке. Как правило, конкуренция ограничивается несколькими предприятиями (иногда это одно предприятие), которые унаследовали с советской эпохи научную и производственно-техническую базу, способную в данный момент соответствовать современным нормам и правилам осуществления транспортной деятельности, обеспечивая высокое качество предоставляемых услуг.

4. Инновационная пассивность производителей. Слабая ориентированность операторов ПТОП на инновации является следствием факторов, упомянутых автором выше, а именно – недостаточности финансирования, ограничительной тарифной политики, затяжной убыточности предприятий, а также преобладания государственной инициативы в форме распространения директив на использование производителями новаций с целью выполнения предписаний различных норм, стандартов, лицензионных требований и т.д. (например, установка турникетов, кассовых аппаратов, радиолокационных средств связи в автобусах).

5. Экономическая раздробленность рынка. Отношения, основанные на условиях предоставления услуг ПТОП, по своему характеру близкие к конкурентным и позволяющие предприятиям обрести хозяйственную самостоятельность, в основном формируются в крупных городах. Это влияет на объемы пассажирских перевозок и структуру спроса, который зависит, в свою очередь, от численности и гендерного состава населения, заметно снижающихся при отдалении от областных центров.

6. Аморфность границ рынка. Социально значимые услуги, как правило, имеют адресный характер предоставления, а их оказание предполагает одновременное присутствие в одном месте и производителя и потребителя (например, в рамках региона). Однако, ареал функционирования регионального рынка социально значимых услуг не всегда совпадает с территорией данного региона, выходя за его административные границы. Возникают противоречия не только в определении полномочий, функционала исполнительных органов власти

региона и муниципалитетов, но также затруднено распределение сфер ответственности между экономическими субъектами, обуславливая зачастую оппортунистическое поведение партнеров, основанное на искажении и предоставлении неполной информации с целью получения единоличной выгоды.

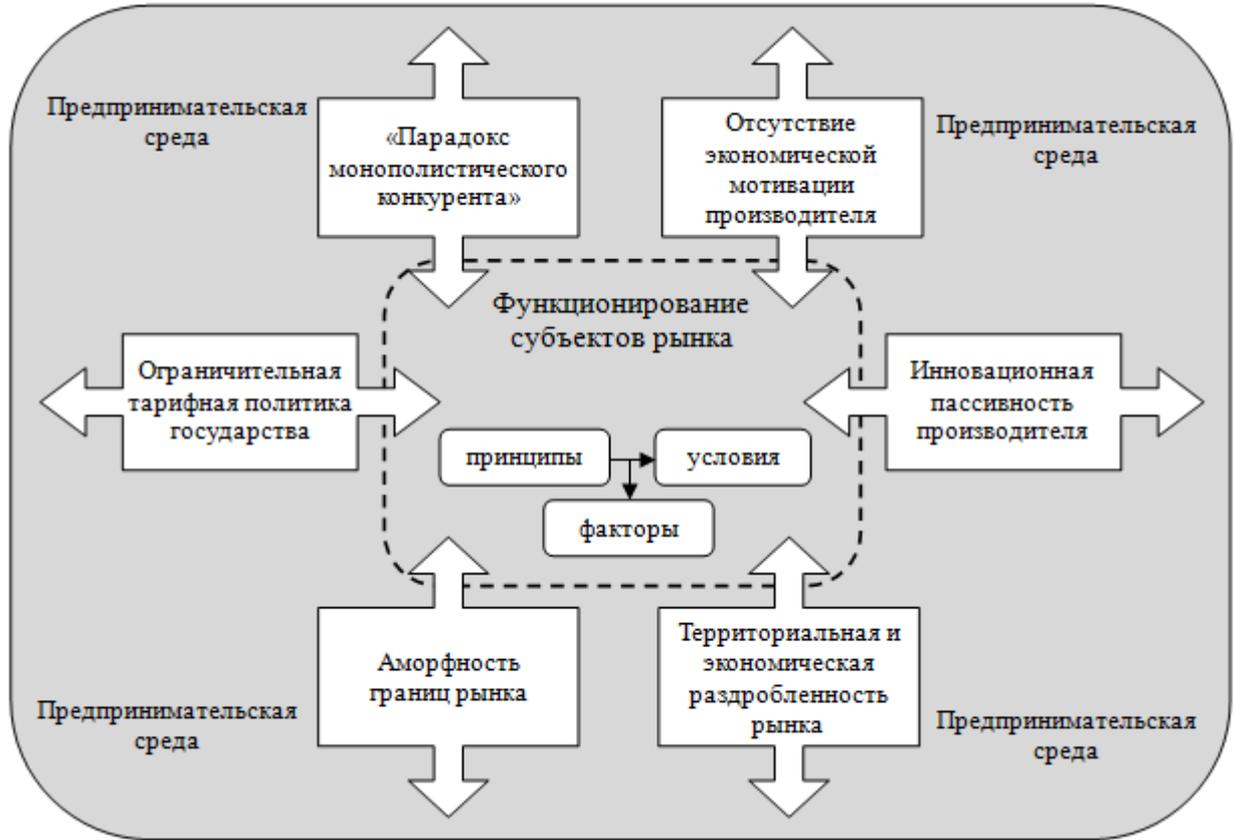


Рисунок 10 – Предпринимательская среда, детерминированная совокупностью сдерживающих элементов

Современные реалии таковы, что бизнес в сфере социально значимых услуг функционирует по принципам и в условиях предпринимательской среды, единообразной по структурно-уровневому описанию по сравнению с бизнес-окружением в других видах экономической деятельности, но на практике – отличной по субъектно-объектным характеристикам. Недостаточная проработанность теоретико-методологических основ социально значимых услуг, отсутствие успешного, повсеместного эмпирического опыта включения российского бизнеса в решение общественно значимых проблем не позволяют в

полной мере исследовать среду функционирования предпринимательства в специфических условиях предоставления анализируемых благ (товаров, услуг). Производители вынуждены подстраиваться под установленные «правила игры», находясь под сильным влиянием государства и в значительной зависимости от его финансирования. В результате деятельность субъектов предпринимательства в этой среде уязвима, а зачастую становится невозможной. Трансформационные процессы, происходящие за последние годы во взаимоотношениях государства и бизнеса в социальной сфере, носят, скорее, институциональный (директивный) характер, и основываются на организационно-правовых изменениях по инициативе властных структур в части привлечения бизнеса для решения общественно значимых проблем, что обусловило отсутствие социальной основы развития предпринимательской среды. Изменение характера взаимодействия власти и бизнеса, ориентированного на формирование социально-ориентированной предпринимательской среды должно основываться не на государственной поддержке производителей, а достигаться путем заключения договорных отношений между экономическими субъектами посредством реализации механизма государственно-частного партнерства, переходящего из экономической общественно-экономической плоскости в политико-экономическую.

Таким образом, эволюция системы научных взглядов на услуги в условиях перехода к постиндустриализму обусловлена не только спецификой их генезиса (выявление в сущности услуг вещных компонентов, появление новых видов и групп услуг), а также особенностями потребления вследствие действия закона возвышения потребностей, определяющего устойчивую взаимосвязь уровня социально-экономического развития и качественных характеристик потребностей индивида и общества. Во-первых, терминологическая неустойчивость дефиниций «услуга», «сфера услуг», а также тенденция диверсификации продукции сервисного сектора на мировом и отечественном рынках предопределила наличие разнообразных и нередко антиномистических классификационных групп. Во-вторых, специфические характеристики, присущие нетипичным видам услуг

(социальным, услугам общественного характера), и значительные внешние эффекты, возникающие при их потреблении, сформировали соответствующие ожидания населения в отношении бесплатного предоставления услуг данной категории, а также ожидания бизнеса в части формирования эффективного механизма возмещения государством «выпадающих» доходов от их производства (предоставления). Как следствие, стремление экономических субъектов в своей деятельности уравновесить желаемое потребление и результат актуализируют проблему гуманизации современных экономических отношений, отвечающих тенденциям социализации российской экономики. В свою очередь, социально-экономическое развитие общественно значимой сервисной сферы обуславливает специфику формирования новой социализированной предпринимательской среды.

ГЛАВА 3 ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СУБЪЕКТОВ И СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ПАРАДИГМЕ ГУМАНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

3.1 Система гуманистического развития экономических отношений

Трансформационные преобразования российской экономики, возможности ее диверсификации, отказ от ресурсно-сырьевой модели хозяйствования и переход к инновационным способам ведения бизнеса остаются важнейшей темой для обсуждения представителей науки и практики предпринимательства. Особую актуальность данная повестка приобрела в период пандемии COVID-19, санкционного давления на экономику России со стороны западных стран, автаркических тенденций и общемирового экономического кризиса начала 20-х годов XXI века. Качественный экономический рост и его интенсификация неосуществимы как без внедрения инновационных технологий в отраслях народного хозяйства, так и без усиления социальной направленности предпринимательства, его социализации и гуманизации.

Проблема исследования гуманистических принципов развития экономических отношений является значимой по целому ряду обстоятельств. Во-первых, недостаточная степень изученности самой категории «гуманизация экономического роста». В последнее время данное словосочетание довольно часто используется экономистами и аналитиками в средствах массовой информации, однако каждый автор по-своему понимает его сложный и многогранный смысл. В результате возникают противоречия и связанная с ними неоднозначность трактовок рассматриваемого понятия в научной литературе. Во-вторых, в связи с распространением термина «гуманизация» как качественной характеристики современной экономики, актуализируется вопрос выявления и обоснования места и роли гуманизации экономического роста в социально-экономическом развитии общества. В-третьих, в условиях глобализации и нестабильности мировой

экономической динамики актуализируется поиск новых факторов и резервов обеспечения гуманистического развития экономических отношений, среди которых на первый план выходят трудовой потенциал, социальный капитал, отношенческий капитал и научные знания.

Говоря о гуманизации экономических отношений, большинство экономистов определяют данное направление развития экономики в соответствии с общечеловеческими ценностями, когда реализуются как интересы отдельных индивидов, так и всего общества в целом. Как комплексный и многоплановый процесс, гуманизация обнаруживает фундаментальные задачи по усилению этико-социальной функции экономики – обеспечить достойный уровень жизни каждого человека на основе принципов добра, справедливости, персональной ответственности каждого за общий результат, как осознания подвижнической миссии любой созидательной деятельности [163, с. 164]. Более конкретными проявлениями указанной функции выступают:

- экономическое освобождение – максимально полное и качественное удовлетворение имеющихся потребностей;

- технологическое освобождение – минимизация тяжелых, рутинных, бессодержательных работ и операций, интеллектуализация трудовой деятельности и повышение уровня творческого потенциала работников;

- интеллектуальное освобождение – расширение самостоятельности, изобретательности, новаторских творческих идей при использовании профессиональных навыков и знаний в процессе производства, обмена, распределения, перераспределения и потребления;

- духовное освобождение – доминирование и объективизация в сфере социально-экономических отношений, в том числе отношений прав собственности, принципов справедливости и нравственности, человечности и доброжелательности;

- социальное освобождение – сокращение степени дискриминации прав человека, в том числе в сфере наемного труда;

– культурный прогресс и экологическое освобождение – развитие эстетики труда, повышение комфортности производственной обстановки, соизмеримости производственных результатов с существующими в природе закономерностями, в том числе охрана окружающей среды и минимизация экологического ущерба, наносимого природе производством.

В общем виде система гуманистического развития экономики представлена на рисунке 11 [81; 129; 161].

Как иллюстрирует рисунок 11, институциональная среда гуманизации экономических отношений формируется как результат взаимовлияния исторических особенностей жизнедеятельности социума, ценностных норм общественного поведения, основанных на морали и нравственности, а также критериев оценки, дающих возможность оценить решения различных хозяйствующих субъектов на предмет их соответствия принятым в обществе ценностям.

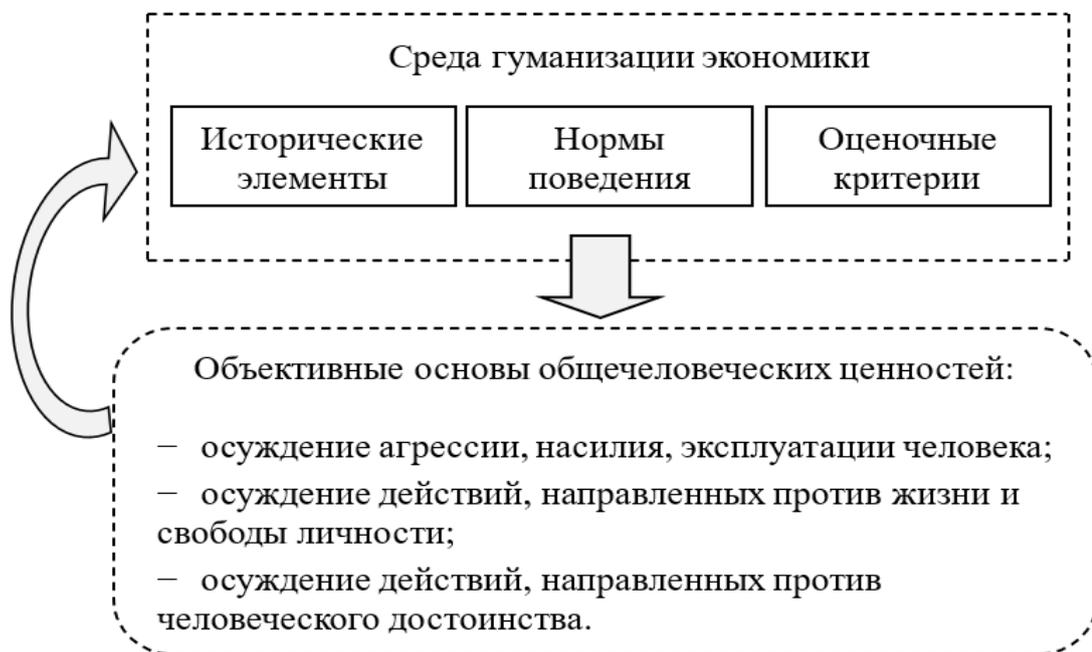


Рисунок 11 – Формирование системы общечеловеческих ценностей посредством развития институциональной среды гуманизации экономики

Обозначенная институциональная среда создает все необходимые предпосылки для формирования целостной системы общечеловеческих идеалов и

ценностей. Основные из них во многом повторяют библейские правила: жить по совести, не убивать, не насиловать, не эксплуатировать, не обманывать и поступать с другими так, как желаешь чтобы поступали с тобой. Перечисленные нормы цивилизованного поведения выступают необходимым условием гуманизации экономических отношений.

Авторский подход к пониманию сущности гуманизации экономики сквозь призму общечеловеческих ценностей, принятых в обществе, дал возможность представить развитое понимание категории «гуманизация экономического роста», под которой автор понимает эволюционирование норм морали и нравственности во взаимосвязи со структурными элементами экономики, такими как воспроизводство, технологии, трудовые отношения, образование, культура, уровень и качество жизни населения и так далее, определяющими содержание общественного прогресса. Гуманизация экономических отношений является результатом роста социальной направленности экономического развития, обеспечивающей неизбежность подчинения целей деятельности хозяйствующих субъектов задачам достижения роста благосостояния и социальной стабильности в гражданском обществе.

Действительно, экономический рост во всех промышленно развитых странах неотделим от процесса гуманизации, присущего каждой из его составляющих не только внешне, но и внутренне. При этом доминирующим фактором современного экономического развития является человеческий прогресс, воспроизводство человеческого потенциала, приумножение социального капитала. Именно поэтому альтернативы гуманистическому типу экономического роста в настоящее время просто не существует.

Любой экономический рост имеет в своей основе две составляющие: количественное увеличение национального продукта (экстенсивный экономический рост) и качественное развитие экономики (интенсивный экономический рост).

Интенсивный (качественный) экономический рост является лучшим сценарием развития хозяйственных отношений, поскольку содержит в своей

основе практически безграничные возможности увеличения объемов производства за счет более эффективного использования имеющихся ресурсов. Однако качественное развитие также содержит в себе ряд противоречий. Это двуединый процесс, предполагающий, с одной стороны, качественное совершенствование экономики посредством новаторства и прогресса. С другой стороны, преобразования в экономике неизбежно приводят к устареванию ряда профессий, смене компетентностных моделей и установок, что предъявляет все более жесткие требования к человеку – как к работнику, так и к личности, являющейся части гуманистического социума. Таким образом интенсивный экономический рост способствует трансформационным преобразованиям качества человеческого капитала в обществе [20, с. 4-5].

В системе показателей национальных счетов нет единого критерия для определения степени гуманизации экономики и экономического роста. В разных странах с этой целью используются различные сочетания экономических, экологических, финансовых, демографических и социальных индикаторов. Следует отметить, что устойчивый рост экономических или финансовых показателей не является однозначным свидетельством повышения уровня гуманизации экономики. К примеру, можно отметить, что в России беспрецедентно высокое значение такого экономического показателя как национальное богатство на душу населения. Но, к сожалению, данный показатель не является доказательством высокого уровня гуманизации российской экономики. Помимо динамики абсолютного значения национального богатства необходимо обратить внимание на его структуру: весьма заметный удельный вес приходится на среднедушевую величину природного (40%) и человеческого (50%) капитала. Доля производственного капитала составляет менее 10%. Если сравнить данную структуру с ситуацией в промышленно развитых странах, можно отметить, что там наибольшую долю занимает именно человеческий капитал (более 75%), в то время как на производственный приходится до 20%, а на природный капитал – не более 5%. Проведенный анализ структуры национального богатства позволяет выявить один из значимых резервов качественного

экономического роста и гуманизации экономики, который заключается в интенсификации инвестиций в человеческий капитал, не забывая о важнейших ценностных ориентирах современного цивилизованного общества.

Очевидно, что наиболее адекватными для целей оценки гуманизации экономического роста, как в большей степени качественного параметра, выступают социальные индикаторы, среди которых можно особо отметить следующие:

- численность и структура народонаселения;
- показатели рождаемости и смертности;
- индикаторы уровня жизни населения;
- качественные параметры жизни населения;
- критерии социального неравенства;
- показатели культурного и духовного развития.

Согласно оценкам экспертов Института демографии Высшей школы экономики, к 2025 году трудовые ресурсы России сократятся на 19 млн. человек [206]. При этом опережающими темпами будет сокращаться численность населения трудоспособного возраста, что неизбежно приведет к дефициту трудовых ресурсов в долгосрочной перспективе. Фактором, сглаживающим данные процессы, может отчасти стать экономический кризис, следствием которого является циклическая безработица. Однако, повышение среднего возраста работников, недостаточный уровень преемственности на рабочих местах и снижение качества рабочей силы будут способствовать усугублению указанного противоречия [138, с. 38]. Однако именно эффективное использование трудовых ресурсов выступает в настоящее время важнейшим двигателем экономического роста и, следовательно, одной из ключевых предпосылок роста реального валового внутреннего продукта. В свою очередь эффективность использования рабочей силы неосуществимо без инвестиций в человеческий капитал, развитие интеллектуальных способностей нации, что влечет за собой не только экономические, но и социальные эффекты.

Начавшаяся в 2020 году пандемия коронавируса актуализировала такое

направление инвестиций в человеческий капитал, как вложения в здоровье нации. Многие исследователи пришли к выводу, что в результате снижения здоровья трудовых ресурсов в России недопроизводится 48% национального продукта [102]. Другим существенным направлением инвестирования, напрямую связанным с сохранением здоровья нации, исследователи называют обеспечение положительного климата в коллективе и благоприятных условий труда работников. В качестве доказательства того, что данное направление нуждается в инвестировании, исследователи приводят тот факт, что в промышленном секторе экономики более 40% занятых имеют разнообразные компенсации в связи с вредными условиями труда.

Все вышеизложенное позволяет сделать вывод, что гуманизация экономического роста представляет собой объективный процесс, происходящий в условиях трансформации сложившихся условий хозяйствования при переходе к социально ориентированной рыночной экономики. Преобразование форм и методов предпринимательской деятельности актуализирует поиск новых теоретических концепций и парадигм экономического роста, где происходит смещение акцентов с количественных оценок результатов хозяйственной деятельности к нормам нравственного гуманистического развития. Данная мысль всецело подтверждается высказыванием академика Д.С. Львова о том, что невозможно построить эффективно функционирующую экономическую систему без акцентов на духовное и нравственное развитие общества. А следовательно, на смену неолиберальной идеологии реформ, ориентированных на приумножение финансового капитала, должна прийти идеология активизации социальных факторов экономического роста [214, с. 45].

В настоящее время в российской и зарубежной научной экономической литературе существует большое число различных критериев классификации факторов экономического роста. Самыми популярными среди них являются типологические критерии, согласно которым все факторы могут быть сгруппированы по различным признакам. Однако важно отметить, что факторы гуманизации экономического роста в перечисленных критериях не называются, и

авторы не уделяют их исследованию должного внимания.

На наш взгляд, гуманизация экономического роста представляет собой сложное явление, определяемое целой системой опосредованных факторов, которые в конечном счете формируют источники роста благосостояния населения. Авторский подход к классификации факторов гуманизации экономического роста основан на выделении наиболее значимых критериев, позволяющих описать исследуемое явление с различных точек зрения (Рисунок 12).



Составлено автором по [110]

Рисунок 12 – Факторы гуманизации экономического роста

Представленная на рисунке 12 классификация не является однозначно заданной и неизменной. Напротив, автор предполагает, что она может получить дальнейшее развитие и совершенствование в ходе дальнейшего теоретического осмысления и практического исследования процесса гуманизации.

Авторский подход позволяет систематизировать факторы гуманизации по наиболее значимым критериям. Так, по направлению воздействия можно выделить прямые (непосредственно определяющие благосостояние нации) и

косвенные (обеспечивающие гуманизацию экономического роста посредством выполнения ряда условий) факторы. По критерию охвата все факторы делятся на внутренние (формируемые внутренней экономической политикой государства и управляемые изнутри страны) и внешние (являющиеся результатом функционирования мировой экономической системы). По характеру воздействия различают факторы основные (своеобразный базис экономического развития, стабильность которого определяется эффективностью взаимодействия совокупного спроса и совокупного предложения) и развитые (так называемая надстройка, определяющая степень развитости гражданских инициатив для достижения общей цели – качественного экономического роста). По форме проявления факторы гуманизации можно объединить в две группы: объективные (могут быть оценены количественно посредством расчета основных макроэкономических показателей) и субъективные (неизмеримые, формирующие уровень общественной культуры и духовного богатства отдельных членов общества). По уровню воздействия факторы делятся на макроуровневые (уровень государства), мезоуровневые (уровень региона или отрасли) и микроуровневые (уровень отдельных экономических субъектов).

Все названные факторы находятся во взаимосвязи и во взаимозависимости, усиливая или ослабевая действие друг друга, определяя таким образом единый вектор гуманизации экономического роста. Отсюда можно сделать важный вывод о сущностной природе данного процесса: гуманизация – это комплексное явление, проявляющееся не только в достижении более высоких экономических результатов хозяйственной деятельности, но и в интенсификации социальной и духовной направляющей развития экономики. В данном подходе высшей ценностью экономической системы является человек, с его знаниями, творческим, научным или прикладным потенциалом, ответственной гражданской позицией и многочисленными потребностями, на удовлетворение которых направлена его созидательная деятельность.

В условиях трансформации современных социально-экономических процессов (Глава 1) проблемы экономического роста следует рассматривать более

широко – в контексте целостности экономической деятельности и общественного развития.

Учеными-исследователя доказан тот факт, что качество жизни человека напрямую зависит от ряда факторов, ведущую роль среди которых занимает возможность конструктивного сотрудничества между людьми. На различные аспекты подобного взаимодействия указывали в своих трудах философы – Т. Гоббс, Дж. Локк, Ж.-Ж. Руссо, а также ученые-экономисты А. Смит, Д. Рикардо, К. Маркс и другие. Так, например, А. Смит в трактате «Теория нравственных чувств» обращал особое внимание на механизмы сотрудничества и взаимодействия между людьми, как основу их взаимовыгодных отношений: «Все члены человеческого общества нуждаются во взаимных услугах и одинаково подвергаются взаимным обидам: когда взаимные услуги вызываются взаимной любовью, благодарностью, дружбой, уважением, то общество процветает и благоденствует» [236, с. 26]. Указанный тезис А. Смита, несомненно, подчеркивает важность и значимость межсубъектного взаимодействия, однако он упускает еще один ключевой момент: для того, чтобы взаимодействие было эффективным необходима равновыгодность всех его участников. Только в этом случае сотрудничество можно считать конструктивным, ведущим к истинным партнерским отношениям, которые в свою очередь могут стать источником процветания и роста благосостояния всего общества. На достижение подобной равновыгодности и направлена гуманизация экономического роста.

Прямым следствием гуманизации экономического роста является повышение качества жизни населения. Качество жизни – сложная и многоаспектная категория, которую можно рассматривать как в узком, так и широком смысле. Узкая интерпретация данного понятия сводится к тому, насколько полно и качественно удовлетворяются потребности населения. Ключевая цель функционирования домашних хозяйств в экономической системе – это потребление товаров и услуг, направленное на удовлетворение имеющихся и быстро растущих потребностей. И чем скорее достигается данная цель, тем выше качество жизни населения в узком смысле данного термина. Развернутая

трактовка данной категории в свою очередь позволяет определить качество жизни через призму условий жизни и деятельности человека, а также оценить уровень развития человеческого капитала.

По мнению автора, именно широкая интерпретация категории качества жизни должна использоваться при оценке тенденций гуманизации экономики и экономического роста, что позволит исследователю выявить имеющиеся проблемы и узкие места в общем русле позитивных социально-экономических изменений.

Неотъемлемым этапом гуманизации экономического роста является социализация экономики. В настоящее время существует достаточное количество исследований, посвященных вопросам формирования и развития в России социально-ориентированной рыночной экономики (СОРЭ), при этом все они рассматривают изучаемый предмет с позиций макроуровня (см. Главу 1). На уровне же отдельных предприятий, отраслей и регионов ощущается заметный недостаток подобных исследований.

Анализируя отличительные черты и особенности социально-ориентированной рыночной экономики, различные авторы подчеркивают общие принципы, характеризующие данный тип хозяйствования. При этом следует отметить, что в различных регионах СОРЭ может обладать уникальными свойствами, характерными только для данной территории. Таким образом, при наличии общих принципов организации социально-ориентированной экономики могут заметно различаться в зависимости от региона их распространения [26, с. 17]. Данный факт значительно усложняет выработку единых методологических подходов к описанию СОРЭ как общепринятой модели хозяйствования.

Учитывая вышеизложенное, можно заключить, что, несмотря на наличие многочисленных исследований, в настоящее время в российской науке еще не сформированы подходы к оценке уровня социальной ориентации экономики на региональном уровне, системное видение по данному вопросу отсутствует. Это усложняет процесс идентификации рыночной социализации, особенно в региональном разрезе. Более того, в научных трудах нередко можно встретить

отождествление категорий «социализация» и «социальная ориентация» хозяйствующих субъектов, обоснованием чего называют «...реакцию науки на потребность практики реформирования экономики регионов» [255, с. 53].

Разными авторами выделяются различные характеристики социально-ориентированной экономики. Так, например, Л.Л. Тонышева, Ю.В. Трофимова среди основных характеристик называют:

- социальные приоритеты при решении экономических задач субъектами страны на основе согласования интересов органов государственной власти, бизнеса и общества;
- социализация экономики регионов при использовании паритетных механизмов выравнивания фискальных и монетарных методов распределения доходов;
- принятие социально-гуманитарной стратегии и выработка ответственных решений в области создания социальной инфраструктуры на территории присутствия компании, а также возможностей для личностного развития и профессионального роста всех категорий работников;
- создание целостной системы социальных гарантий, а также условий для восприятия и переосмысления работниками социальной защищенности со стороны работодателя, и как следствие изменение отношения к результатам своего труда.

По мнению других исследователей (Д.Б. Мальцев, И.В. Рощина И.В. [224]) к основным признаками социально-ориентированного региона можно отнести:

- активную региональную экономическую политику в сферах и направлениях, влияющих на социальные отношения (доходы, занятость, здравоохранение, жилье и т. д.), причем не только в сфере услуг;
- гарантию и обеспечение расширяющейся системы прав и свобод человека (с учетом региональных особенностей и возможностей);
- развитие государственного сектора экономики региона, в том числе и в сфере услуг;
- условия для экономической и социальной активности человека, его

социальной мобильности (образование, здравоохранение, пенсионное обеспечение, рынок труда и т. п.);

– экономические и социальные основы для стимулирования развития в регионе институтов гражданского общества, вовлечение все больших членов общества и решение вопросов о перспективах экономики региона;

– социальную ответственность не только государства, но и предпринимателей, их объединений, а также разного рода общественных образований, функционирующих на территории региона;

– политическую стабильность и экономическую устойчивость региона.

Существование различных подходов к оценке социальной ориентации экономики на региональном уровне порождает неоднозначные трактовки категории «региональная социальная направленность», определяя социальную направленность региональной экономики как специфическую систему взаимосвязей и взаимозависимостей на мезоуровне, которые могут быть количественно охарактеризованы через целый комплекс макропропорций и показателей. Однако, следует отметить, что единый перечень количественных показателей, используемых для оценки социальной направленности региональной экономики, до настоящего времени в теории макропропорций не выработан. Существуют лишь косвенные упоминания о возможности применения для достижения указанной цели ряда макроэкономических показателей, среди которых: доля социальных расходов государственного сектора в общем объеме ВВП (ВНП), удельный вес первичного, вторичного и третичного секторов экономики в общем объеме ВВП (ВНП), уровень обеспеченности населения общественными благами, уровень наукоемкости производства, уровень качества жизни, уровень смертности населения и др. [87, с. 190].

Ранее упомянутые исследователи Л.Л. Тонышева, Ю.В. Трофимова предлагают альтернативный подход к трактовке уровня социальной ориентации экономики региона, в основе которого лежит категория благосостояния населения. В соответствии с данным подходом для количественной оценки уровня социальной ориентации экономики региона можно использовать многочисленные

показатели уровня и качества жизни населения в конкретном субъекте страны.

По мнению автора, второй из рассмотренных подходов в большей мере отвечает требованиям современности, поскольку экономическая составляющая, поставленная в центр внимания первого подхода, не способна в полной мере охарактеризовать уровень социальной направленности экономики. Результатом экономической социализации неизбежно выступает рост уровня жизни населения, качественные сдвиги в структуре потребительских потребностей и предпочтений, преобразование образа жизни, совершенствование структуры спроса, улучшение условий труда и отдыха людей, что невозможно описать сугубо экономическими показателями.

В подобном трактовании социализация экономики региона напрямую коррелирует с целями и задачами социальной политики государства, направленной на качественное удовлетворение общественных потребностей, снижение социального неравенства, рост уровня благосостояния нации и создание гармоничных условий существования природы и общества. Более того, данная трактовка предусматривает включение бизнеса в решение социально значимых проблем региона. Поэтому процессы социализации территории и участников регионального воспроизводственного процесса (прежде всего – государство и бизнес), являются взаимно обуславливающимися.

Так, с одной стороны, повышение уровня социальной ориентации экономики в региональном разрезе неосуществимо при отсутствии в экономической системе эффективного, ответственного и социально-ориентированного предпринимательства. С другой стороны, формирование социализированных бизнес-структур не может проходить в неподготовленных условиях, без создания социализированной предпринимательской среды, в которой готов осуществлять свою деятельность социально-ориентированный предприниматель. В противном случае – исследования категории «социализация бизнеса» ограничатся лишь констатацией факта о поддержании социальной стабильности, находящей свое отражение в определенной массе статистических данных в части фрагментарных социальных бизнес-проектов.

В свою очередь, для формирования социализированной бизнес-среды первостепенное значение имеет уровень социально-экономического развития территории, ключевым фактором которого является развитая инфраструктура.

Методологически принципиально важно различать инфраструктуру рынка, как исторически обусловленную конкретную форму хозяйства со всеми его сферами, уровнями, отраслями, секторами, сегментами и рыночную инфраструктуру, обслуживающую сам механизм рынка как способ регулирования производства и потребления через обмен и распределение факторов и продуктов. Содержание и формы этих инфраструктур различны, при этом первая включает в себя вторую [185, с. 75]. Для более детального изучения системы гуманистического развития экономики наиболее интересен подход к исследованию инфраструктуры с позиции секторального и отраслевого подхода, позволяющий провести анализ общих условий функционирования рынка той или иной территории.

Основными функциями рыночной инфраструктуры в региональной экономической системе являются:

- обеспечение стабильного и динамично развивающегося оборота товаров и услуг;
- согласование интересов покупателя и продавца по вопросу купли-продажи товаров и услуг;
- объединение покупателей, продавцов и собственников капитала в лице различных кредитно-финансовых учреждений;
- формирование правового поля деловых отношений всех участников сделки;
- организация и контроль процесса заключения договоров между участниками торговых сделок;
- способствование развитию разделения труда, специализации и кооперации субъектов рынка;
- обеспечение государственной поддержки организованного движения товаров и услуг;

- балансирование микро и макроэкономических пропорций создания и распределения национального богатства;
- обеспечение юридического контроля за движением товароматериальных и финансовых потоков;
- оказание информационных, аудиторских, консалтинговых и прочих услуг посредством работы инфраструктурных рыночных институтов [74, с. 62].

В стратегии социально-экономического развития России предусмотрено формирование региональной инфраструктуры секторов и отраслей, а также механизмов ее функционирования, построенных на принципах взаимодействия всех уровней, видов и форм инфраструктуры рыночного хозяйства, их субординации и координации.

Подходам к исследованию инфраструктуры рынка и оценки влияния инфраструктурного комплекса на экономику региона, ее отдельных отраслей посвящены многочисленные труды российских ученых в различных сферах научного знания [97, с. 57; 141, с. 23] – гуманитарные науки, социальные и технические науки, в области естествознания и т.д., предопределяя многогранность анализируемого явления (см. работы З.О. Адамановой [21], И.Н. Козельской [133], А.И. Кузнецовой [148], А.З. Селезнева [233], И.В. Туманян [263] и мн. др.). При этом до сих пор инфраструктура не является единой учетной единицей статистики.

По данным аналитического обзора «Инфраструктура России: индекс развития» исследовательской группы инвестиционной компании InfraONE средний индекс развития инфраструктуры по России в 2018 году составил 5,59, что на 0,11 пункта меньше, чем в 2017 году. В аналитических материалах представлены выводы, экспертные оценки и прогнозы относительно состояния основных видов инфраструктуры в российских регионах, исследована динамика произошедших за год изменений и оценены потребности субъектов федерации в соответствующих вложениях [118, с. 1-2]. Ориентиры инфраструктурного развития страны задают Указ Президента РФ от 7 мая 2018 года №204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на

период до 2024 года» [8], а также детализирует «Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры на период до 2024 года».

Для расчета индекса развития инфраструктуры и его отраслевых аналогов оценено состояние транспортной, энергетической, социальной, коммунальной и телекоммуникационной инфраструктуры российских регионов на основе данных Росстата, профильных министерств и ведомств. В основу расчета субиндексов (индексы развития в каждой из исследуемых отраслей) положены более 40 показателей, прямо или косвенно отражающих состояние инфраструктуры в регионах России. При выборе видов инфраструктуры авторы аналитического обзора руководствовались двумя основными принципами: инфраструктура, оцениваемая в исследовании, необходима для жизни и существенно влияет на ее качество; у регионов нет никаких ограничений (помимо экономических), чтобы ее развивать. Так, поле исследования не вошли морские и речные порты, объекты туризма, исторического наследия, культуры и т.д. Их наличие зависит от географии, истории региона и других факторов, на которые не могут повлиять ни власть, ни частные инвесторы. Между тем, авторы не отрицают косвенное «присутствие» таких объектов в индексе развития инфраструктуры региона, поскольку они стимулируют развитие сопутствующих отраслей – транспортной, энергетической и мн. др.

Таким образом, аналитиками InfraONE выделены общие современные тенденции состояния инфраструктуры регионов России [118]:

- усиление неравномерности развития инфраструктуры в различных регионах при одновременном снижении уровня ее развития (индекса развития инфраструктуры);
- падение среднего по стране индекса в отраслевом разрезе: социальная инфраструктура (на 0,33 пункта), энергетика (на 0,21), транспорт (на 0,02), телекоммуникационная инфраструктура (на 0,03);
- стабильность и наиболее высокое значение среднего индекса развития коммунальной отрасли, что показывает равномерность в обеспеченности населения данной инфраструктурой во всех регионах России;

– необходимость в дополнительных инвестициях к 2024 году в российскую инфраструктуру в размере порядка 4,8 трлн. рублей, 90% из суммы которых потребуется на транспорт, как отрасль со стабильно низким уровнем развития;

– отсрочка активных вложений в рамках реализации мероприятий «Комплексного плана модернизации и расширения магистральной инфраструктуры на период до 2024 года» на 2022-2023 годы по причине сдвигов сроков запусков большинства крупных инфраструктурных проектов.

Учитывая вышеизложенное и подчеркивая актуальность формирования социализированной предпринимательской среды в условиях гуманизации экономического роста автором предложена методологическая основа процесса социализации предпринимательской среды, предполагающая три этапа:

Этап 1. Выдвижение рабочих гипотез о наличии взаимосвязи между следующими показателями:

- качество жизни населения (Y) – результативный признак;
- уровень развития инфраструктуры (X_1) – факторный признак;
- расходы регионального бюджета на финансирование инфраструктуры (X_2) – факторный признак.

Факт зависимости качества жизни населения от уровня развития региональной инфраструктуры и расходов бюджета на ее финансирование на первый взгляд не вызывает сомнения. На основе данных рейтинга регионов Российской Федерации по индексу развития инфраструктуры и качеству жизни в 2019 году (Приложение Г, Таблица Г.1) проведен попарный регрессионный анализ для оценки связи между следующими показателями:

- качество жизни (Y) и уровень развития инфраструктуры (X_1);
- качество жизни (Y) и расходы регионального бюджета на финансирование инфраструктуры (X_2).

Исходные данные для выдвижения рабочей гипотезы о возможной связи Y и X_1 представлены в Приложении Г, таблица Г.2. Расположим территории по возрастанию фактора X_1 (Приложении Г, Таблица Г.3) и сформулируем рабочую гипотезу о возможной связи результативного признака Y и факторного признака

X_1 .

Так, на основе данных, приведенных в Приложении Г, Таблица Г.3 можно сформулировать рабочую Гипотезу №1: факторы X_1 и Y находятся в определенной зависимости – чем выше уровень развития инфраструктуры, тем в целом выше качество жизни населения в регионе и наоборот.

Построим поле корреляции и сформулируем гипотезу о возможной форме и направлении связи изучаемых признаков. Для построения поля корреляции воспользуемся редактором Microsoft Excel (Рисунок 13).

Как видно из рисунка 13 между факторами X_1 и Y наблюдается прямая взаимосвязь: рост фактора X_1 сопровождается увеличением фактора Y . Глядя на поле корреляции можно сделать вывод о том, что зависимость между качеством жизни и уровнем развития инфраструктуры будет иметь линейную или линейно-логарифмическую форму. Более точно форма будет определена в процессе дальнейшего анализа.

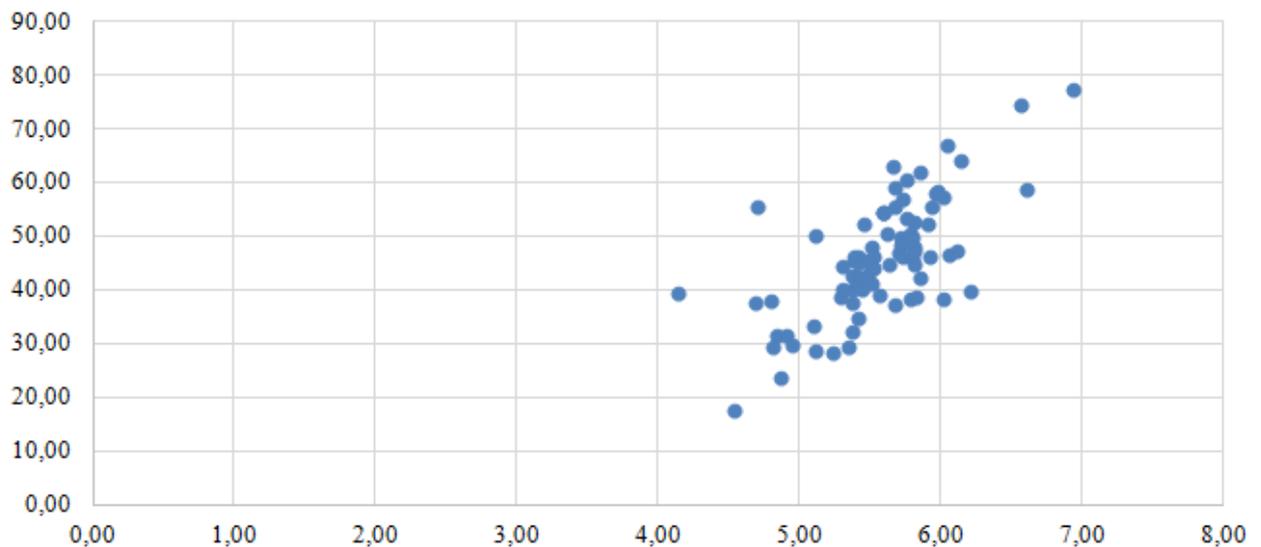


Рисунок 13 – Корреляционное поле зависимости качества жизни от уровня развития инфраструктуры

Рассчитаем параметры a_1 и a_0 парной линейной функции $y_x = a_0 + a_1x$. Расчет неизвестных параметров уравнения выполним методом наименьших квадратов (МНК), построив систему нормальных уравнений и решая ее, относительно

неизвестных a_0 и a_1 . Для расчета используем значения определителей второго порядка Δ , Δ_{a_0} и Δ_{a_1} . Расчетные процедуры представим в разработочной таблице (Приложении Г, Таблица Г.4). Фрагмент расчетной таблицы представлен ниже (Таблица 15).

Таблица 15 – Фрагмент расчетной таблицы

№ п/п	Индекс развития инфраструктуры, X_1	Качество жизни рейтинговый балл, Y	X_1^2	$X_1 \cdot Y$
1	4,14	39,35	17,14	162,91
2	4,54	17,53	20,61	79,59
3	4,69	37,79	22,00	177,24
4	4,70	55,36	22,09	260,19
5	4,80	38,00	23,04	182,40
...
81	6,57	74,50	43,16	489,47
82	6,61	58,81	43,69	388,73
83	6,94	77,31	48,16	536,53
Итого, Σ	462,03	3818,07	2588,58	21527,45
Средняя	5,57	46,00	-	-
Среднее квадратическое отклонение, σ	0,45	10,74	-	-
Дисперсия, D	0,20	115,43	-	-

Определитель системы равен:

$$\Delta = n \cdot \Sigma(X^2) - \Sigma X \cdot \Sigma X = 83 \cdot 2588,58 - 462,03 \cdot 462,03 = 1380,23$$

Определитель свободного члена уравнения равен:

$$\Delta_{a_0} = \Sigma Y \cdot \Sigma(X^2) - \Sigma(Y \cdot X) \cdot \Sigma X = 3818,07 \cdot 2588,58 - 21527,45 \cdot 462,03 = -62954,84$$

Определитель коэффициента регрессии равен:

$$\Delta_{a_1} = n \cdot \Sigma(Y \cdot X) - \Sigma Y \cdot \Sigma X = 83 \cdot 21527,45 - 3818,07 \cdot 462,03 = 22715,10$$

Расчет параметров уравнения регрессии дает следующие результаты:

$$a_0 = \Delta_{a_0} / \Delta = -62954,84 / 1380,23 = -45,61$$

$$a_1 = \Delta_{a_1} / \Delta = 22715,10 / 1380,23 = 16,46$$

Таким образом, получаем теоретическое уравнение регрессии следующего вида:

$$\hat{Y}_{x_1} = -45,61 + 16,46 x_1$$

В данном уравнении коэффициент регрессии $a_1 = 16,46$ означает, что при

увеличении индекса развития инфраструктуры на 1 пункт от своей средней величины качество жизни повысится на 16,46 пункта от своей средней. Свободный член уравнения $a_0 = -45,61$ оценивает влияние прочих факторов, оказывающих воздействие на качество жизни.

Рассчитаем параметры a_1 и a_0 линейно-логарифмической функции $y_{\ln x_1} = a_0 + a_1 \ln x_1$ с помощью средств Microsoft Excel. Теоретическое уравнение регрессии в этом случае будет иметь следующий вид:

$$\hat{Y}_{X_1} = -104,65 + 87,919 \ln x_1$$

С помощью показателей корреляции и детерминации можно оценить тесноту связи X_1 и Y .

Коэффициент парной корреляции составит:

$$r_{yx_1} = a_1 \cdot (\sigma_x / \sigma_y) = 16,46 \cdot (0,45 / 10,74) = 0,690$$

$$\eta_{y_{\ln x_1}} = a_1 \cdot (\sigma_{\ln x} / \sigma_y) = 0,676$$

Коэффициент детерминации составит:

$$r_{yx}^2 = 0,685^2 = 0,476$$

$$\eta_{y_{\ln x}}^2 = 0,784^2 = 0,457$$

Проведенные расчеты позволяют сделать вывод о существовании довольно тесной связи между качеством жизни и уровнем развития инфраструктуры региона. Следует отметить, что положительная величина коэффициента детерминации указывает на прямую взаимосвязь изучаемых признаков.

В результате расчета линейной модели было получено значение коэффициента детерминации 0,476, что позволяет сделать вывод о заметном влиянии уровня развития инфраструктуры на качество жизни (вариация качества жизни на 47,6% предопределена вариацией уровня развития инфраструктуры). Все прочие факторы формируют 52,4% вариации качества жизни, что также признается автором существенным влиянием. Линейно-логарифмическая модель демонстрирует более низкие значения коэффициента детерминации, что позволяет сделать вывод о ее меньшей пригодности для описания изучаемой связи между уровнем развития инфраструктуры и качеством жизни.

Для оценки надежности полученного линейного уравнения используем F-

критерия Фишера, сравнив его расчетное значение с табличным при уровне значимости модели 5%:

$$F_{\text{факт}} = \frac{r_{YX}^2}{1-r_{YX}^2} \cdot \frac{k-1}{n-k} = \frac{0,476}{1-0,476} \cdot \frac{2-1}{83-2} = 74,45$$

Как показывают проведенные расчеты, фактическое значение F-критерия Фишера во много раз превышает табличное (при $k = 2$, $n = 83$, при $\alpha = 0,05$ $F_{\text{табл}} = 3,96$), что является доказательством системного влияния на результат исследуемого фактора.

Исходные данные для формулировки рабочей гипотезы о возможной связи Y и X_2 представлены в Приложении Г, таблица Г.5. Расположим территории по возрастанию фактора X_2 (Приложении Г, Таблица Г.6) и сформулируем рабочую гипотезу о возможной связи результативного признака Y и факторного признака X_2 .

Так, на основе данных, приведенных в Приложении Г, таблица Г.6 можно сформулировать рабочую Гипотезу №2: факторы X_2 и Y находятся в определенной зависимости – чем выше расходы регионального бюджета на инфраструктуру, тем в целом выше качество жизни населения в регионе и наоборот.

Построим поле корреляции и сформулируем гипотезу о возможной форме и направлении связи изучаемых признаков. Для построения поля корреляции воспользуемся редактором Microsoft Excel (Рисунок 14).

Как видно из рисунка 14 между факторами X_2 и Y наблюдается прямая взаимосвязь: рост фактора X_2 сопровождается увеличением фактора Y . Глядя на поле корреляции можно сделать вывод о том, что зависимость между качеством жизни и расходов регионального бюджета на инфраструктуру будет иметь линейную или линейно-логарифмическую форму. Более точно форма будет определена в процессе дальнейшего анализа.

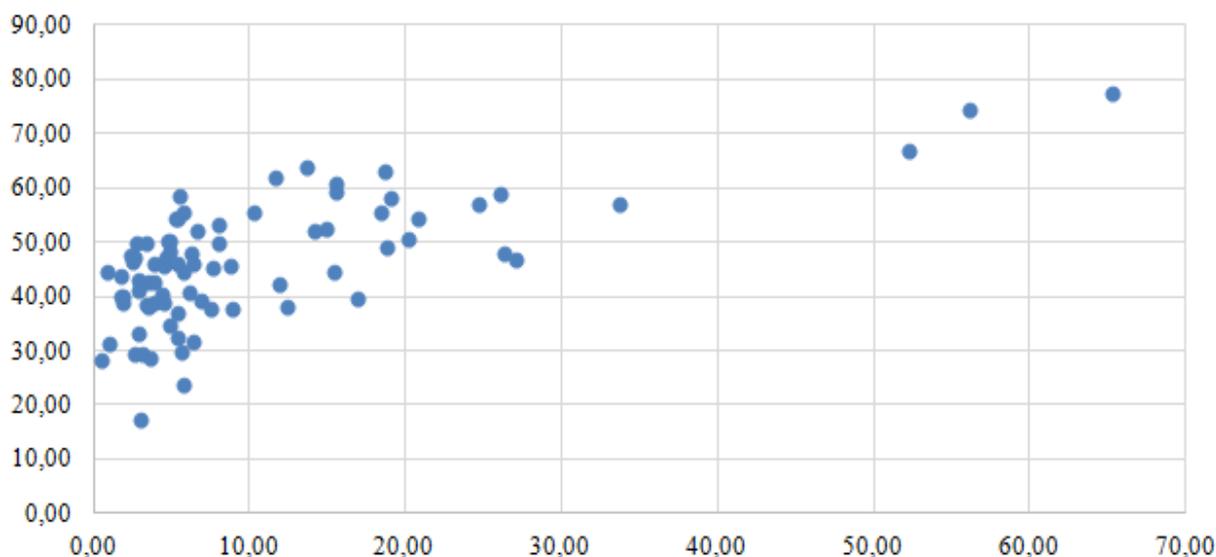


Рисунок 14 – Корреляционное поле зависимости качества жизни от расходов регионального бюджета на инфраструктуру

Как и в случае фактора X_1 рассчитаем параметры a_1 и a_0 парной линейной функции $y_x = a_0 + a_1x$. Расчет неизвестных параметров уравнения выполним методом наименьших квадратов (МНК), построив систему нормальных уравнений и решая ее, относительно неизвестных a_0 и a_1 . Для расчета используем значения определителей второго порядка Δ , Δ_{a_0} и Δ_{a_1} . Расчетные процедуры представим в разработочной таблице (Приложении Г, Таблица Г.7). Фрагмент расчетной таблицы представлен ниже (Таблица 16).

Таблица 16 – Фрагмент расчетной таблицы

№ п/п	Расходы регионального бюджета на инфраструктуру, X_2	Качество жизни рейтинговый балл, Y	X_2^2	$X_2 \cdot Y$
1	0,51	28,22	0,26	14,39
2	0,90	44,66	0,81	40,19
3	1,00	31,50	1,00	31,50
4	1,70	40,10	2,89	68,17
5	1,73	43,90	2,99	75,95
...
81	52,31	66,81	2736,34	3494,83
82	56,17	74,50	3155,07	4184,67
83	65,27	77,31	4260,17	5046,02
Итого, Σ	838,25	3818,07	19770,85	45448,40

Средняя	10,10	46,00	-	-
Среднее квадратическое отклонение, σ	11,74	10,74	-	-
Дисперсия, D	137,87	115,43	-	-

Определитель системы равен:

$$\Delta = n \cdot \Sigma(X^2) - \Sigma X \cdot \Sigma X = 83 \cdot 19770,85 - 838,25 \cdot 838,25 = 938317,63$$

Определитель свободного члена уравнения равен:

$$\Delta a_0 = \Sigma Y \cdot \Sigma(X^2) - \Sigma(Y \cdot X) \cdot \Sigma X = 3818,07 \cdot 19770,85 - 45448,40 \cdot 838,25 = 37389371,85$$

Определитель коэффициента регрессии равен:

$$\Delta a_1 = n \cdot \Sigma(Y \cdot X) - \Sigma Y \cdot \Sigma X = 83 \cdot 45448,40 - 3818,07 \cdot 838,25 = 571720,27$$

Расчет параметров уравнения регрессии дает следующие результаты:

$$a_0 = \Delta a_0 / \Delta = 37389371,85 / 938317,63 = 39,85$$

$$a_1 = \Delta a_1 / \Delta = 571720,27 / 938317,63 = 0,61$$

Таким образом, получаем теоретическое уравнение регрессии следующего вида:

$$\hat{Y}_{X_2} = 39,85 + 0,61x_2$$

В данном уравнении коэффициент регрессии $a_1 = 0,61$ означает, что при увеличении расходов регионального бюджета на инфраструктуру на 1 миллиард рублей от своей средней величины качество жизни повысится на 0,61 пункта от своей средней. Свободный член уравнения $a_0 = 39,85$ оценивает влияние прочих факторов, оказывающих воздействие на качество жизни.

Рассчитаем параметры a_1 и a_0 линейно-логарифмической функции $y_{\ln x_2} = a_0 + a_1 \ln x_2$ с помощью средств Microsoft Excel. Теоретическое уравнение регрессии в этом случае будет задано формулой:

$$\hat{Y}_{X_2} = 32,065 + 7,48 \ln x_2$$

Сделаем вывод о тесноте связи параметров уравнения X_2 и Y посредством анализа коэффициентов корреляции (r_{yX_2} и $\eta_{y \ln X_2}$) и детерминации ($r^2_{yX_2}$ и $\eta^2_{y \ln X_2}$).

Рассчитаем коэффициент парной корреляции:

$$R_{yX_2} = a_1 \cdot (\sigma_x / \sigma_y) = 0,61 \cdot (11,74 / 10,74) = 0,666$$

$$\eta_{y \ln X_2} = a_1 \cdot (\sigma_{\ln x} / \sigma_y) = 0,649$$

Следовательно коэффициент детерминации составит:

$$r_{yx}^2 = 0,666^2 = 0,443$$

$$\eta_{y_{\ln x}}^2 = 0,649^2 = 0,421$$

Полученное значение коэффициента корреляции позволяет сделать вывод о наличии положительной взаимосвязи между показателем региональных расходов на развитие инфраструктуры и качеством жизни населения.

В результате расчета линейной модели было получено значение коэффициента детерминации 0,443, что позволяет сделать вывод о заметном влиянии величины расходов регионального бюджета на инфраструктуру на качество жизни (вариация качества жизни на 44,3% предопределена вариацией расходов регионального бюджета на инфраструктуру). Все прочие факторы формируют 55,7% вариации качества жизни, что также можно признать как существенное влияние. Линейно-логарифмическая модель демонстрирует более низкие значения коэффициента детерминации, что позволяет сделать вывод о ее меньшей пригодности для описания изучаемой связи между величиной расходов регионального бюджета на инфраструктуру и качеством жизни населения.

Для оценки надежности полученного линейного уравнения используем F-критерия Фишера, сравнив его расчетное значение с табличным при уровне значимости модели 5%:

$$F_{\text{факт}} = \frac{r_{YX}^2}{1-r_{YX}^2} \cdot \frac{k-1}{n-k} = \frac{0,443}{1-0,443} \cdot \frac{2-1}{83-2} = 65,33$$

Как показывают проведенные расчеты, фактическое значение F-критерия Фишера более чем в 16 раз превышает табличное (при $k = 2$, $n = 83$, при $\alpha = 0,05$ $F_{\text{табл}} = 3,96$), что является доказательством системного влияния на результат исследуемого фактора.

Этап 2. Построение корреляционной матрицы для выявления наиболее значимого признака влияния на качество жизни из двух исследуемых факторов: расходы регионального бюджета на инфраструктуру, индекс развития инфраструктуры.

Посредством программного продукта «Пакет анализа» Microsoft Excel

проведем расчет параметров уравнения множественной линейной регрессии. Результаты проведенных расчетов представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Корреляционная матрица

Признаки	Индекс развития инфраструктуры, X_1	Расходы регионального бюджета на инфраструктуру, X_2	Качество жизни, Y
Индекс развития инфраструктуры, X_1	1,0000	-	-
Расходы регионального бюджета на инфраструктуру, X_2	0,5611	1,0000	-
Качество жизни, Y	0,6898	0,6659	1,0000

По значениям линейных коэффициентов парной и частной корреляции выберем неколлинеарные факторы. Полученные значения линейных коэффициентов парной корреляции позволяют установить, что качество жизни – Y более тесно связано с индексом развития инфраструктуры – X_1 ($r_{yx1}=0,6898$). Наименее тесно результат Y связан с расходами регионального бюджета на инфраструктуру – X_2 ($r_{yx2}=0,6659$). Поэтому в силу более низкой информативности фактора X_2 предполагаем, что его можно исключить из дальнейшего анализа.

Этап 3. Построение корреляционной матрицы для выявления наиболее значимых элементов инфраструктуры в общем индексе ее развития.

В общем индексе инфраструктуры согласно методике аналитического обзора, проведенного аналитическим подразделением инвестиционной компании InfraONE выделяется транспортная, энергетическая, коммунальная и телекоммуникационная элементы инфраструктуры России.

Автором отмечено, что в контексте гуманизации современной экономики и обострении глобальных экологических проблем особую актуальность приобрел процесс декаплинга – движения к экологической устойчивости экономики, предполагающий защиту окружающей среды и бережное использование ресурсов, их сбережение в пользу следующих поколений. Следовательно, полагаем целесообразным наряду с экономическими, политическими и социальными факторами развития региональной экономики использовать также экологический

фактор, как стратегический ориентир хозяйственной деятельности региона.

Так, по мнению В.И. Ксенофонтова [146, с. 54] в основе формирования успешного общества лежит баланс трех важнейших составляющих его развития: экономики, экологии и социума, при недопущении преобладания какой-либо одной из названных сфер над другими. Природная среда выступает объективной основой как для развития экономики, так и для эволюции общества. Следовательно, любое доминирование социума над природой будет способствовать разрыву эволюционных закономерностей и снижению уровня благосостояния общества. Таким образом, процесс социализации на любом уровне должен вестись в непрерывной взаимосвязи с природоохранной и ресурсосберегающей деятельностью. В этой связи построение методологической основы социализации предпринимательской среды дополнено автором экологической инфраструктурой, проведены расчеты с использованием экологического рейтинга регионов Российской Федерации (Приложение Г, Таблица Г.8).

Для расчета параметров уравнения множественной линейной регрессии проведем предварительный анализ данных в Microsoft Excel. Результаты проведенных расчетов представлены в таблице 18.

По значениям линейных коэффициентов парной корреляции можно сделать следующие выводы:

– индекс развития инфраструктуры (Y) наиболее тесно связан с такими отраслевыми индексами развития инфраструктуры как телекоммуникационная – X_5 ($r_{yx_5}=0,8472$), энергетическая – X_2 ($r_{yx_2}=0,6489$) и коммунальная – X_4 ($r_{yx_4}=0,6225$);

– менее тесная взаимосвязь наблюдается между индексом развития инфраструктуры (Y) и транспортной составляющей инфраструктуры – X_1 ($r_{yx_1}=0,5639$), что обусловлено особенностями методики расчета: в поле исследования при оценке инфраструктуры попали показатели, необходимые для жизни и существенно влияющие на качество инфраструктуры; факт, что у регионов нет никаких ограничений, кроме экономических, для развития

инфраструктуры;

– наименее выраженная взаимосвязь выявлена автором между индексом развития инфраструктуры (Y) и социальной инфраструктурой – X₃ ($r_{yx_3} = 0,3341$);

– взаимосвязь между индексом развития инфраструктуры (Y) и сводным экологическим индексом X₆ отсутствует.

Таблица 18 – Корреляционная матрица

Признаки	Индекс развития инфраструктуры, Y	Транспортная, X ₁	Энергетическая, X ₂	Социальная, X ₃	Коммунальная, X ₄	Телекоммуникационная, X ₅	Экологическая, X ₆
Индекс развития инфраструктуры, Y	1,0000	-	-	-	-	-	-
Транспортная, X ₁	0,5639	1,0000	-	-	-	-	-
Энергетическая, X ₂	0,6489	0,2491	1,0000	-	-	-	-
Социальная, X ₃	0,3341	-0,1985	0,0259	1,0000	-	-	-
Коммунальная, X ₄	0,6225	0,3769	0,2151	-0,0963	1,0000	-	-
Телекоммуникационная, X ₅	0,8472	0,4139	0,4087	0,2822	0,4148	1,0000	-
Экологическая, X ₆	0,0070	-0,0043	-0,3548	0,1978	0,1373	0,0736	1,0000

С целью уточнения полученных результатов рассчитаем коэффициенты частной корреляции Y со следующими возможными комбинациями факторных признаков: для Y с X₁ и X₂, для Y с X₂ и X₃, для Y с X₃ и X₄, для Y с X₄ и X₅, для Y с X₅ и X₆:

$$r_{yx_1 \cdot x_2} = \frac{r_{yx_1} - r_{yx_2} * r_{x_1 x_2}}{\sqrt{(1 - r_{yx_2}^2) * (1 - r_{x_1 x_2}^2)}} = \frac{0,5639 - 0,6489 * 0,2491}{\sqrt{(1 - 0,6489^2) * (1 - 0,2491^2)}} = 0,546$$

$$r_{yx_2 \cdot x_1} = \frac{r_{yx_2} - r_{yx_1} * r_{x_1 x_2}}{\sqrt{(1 - r_{yx_1}^2) * (1 - r_{x_1 x_2}^2)}} = \frac{0,6489 - 0,5639 * 0,2491}{\sqrt{(1 - 0,5639^2) * (1 - 0,2491^2)}} = 0,636$$

$$r_{x_1 x_2 \cdot y} = \frac{r_{x_1 x_2} - r_{yx_1} * r_{yx_2}}{\sqrt{(1 - r_{yx_1}^2) * (1 - r_{yx_2}^2)}} = \frac{0,2491 - 0,5639 * 0,6489}{\sqrt{(1 - 0,5639^2) * (1 - 0,6489^2)}} = -0,186$$

Как видно из проведенных расчетов, факторы X_1 и X_2 тесно связаны с результатом, при этом межфакторное взаимодействие практически отсутствует.

Расчет аналогичных показателей по следующей паре факторов приведет к следующим результатам:

$$r_{yx_2 * x_3} = \frac{r_{yx_2} - r_{yx_3} * r_{x_2 x_3}}{\sqrt{(1 - r_{yx_3}^2) * (1 - r_{x_2 x_3}^2)}} = 0,680$$

$$r_{yx_3 * x_2} = \frac{r_{yx_3} - r_{yx_2} * r_{x_2 x_3}}{\sqrt{(1 - r_{yx_2}^2) * (1 - r_{x_2 x_3}^2)}} = 0,417$$

$$r_{x_2 x_3 * y} = \frac{r_{x_2 x_3} - r_{yx_2} * r_{yx_3}}{\sqrt{(1 - r_{yx_2}^2) * (1 - r_{yx_3}^2)}} = -0,266$$

В данном случае фактор X_2 более тесно связан с результатом чем фактор X_3 , межфакторное взаимодействие практически отсутствует.

Расчет показателей по следующей паре факторов приведет к следующим результатам:

$$r_{yx_3 * x_4} = \frac{r_{yx_3} - r_{yx_4} * r_{x_3 x_4}}{\sqrt{(1 - r_{yx_4}^2) * (1 - r_{x_3 x_4}^2)}} = 0,506$$

$$r_{yx_4 * x_3} = \frac{r_{yx_4} - r_{yx_3} * r_{x_3 x_4}}{\sqrt{(1 - r_{yx_3}^2) * (1 - r_{x_3 x_4}^2)}} = 0,698$$

$$r_{x_3 x_4 * y} = \frac{r_{x_3 x_4} - r_{yx_3} * r_{yx_4}}{\sqrt{(1 - r_{yx_3}^2) * (1 - r_{yx_4}^2)}} = -0,413$$

Как видно из проведенных расчетов, фактор X_4 более тесно связан с результатом, чем фактор X_3 . При этом существует заметное межфакторное взаимодействие (обратное по своему значению).

Расчет показателей по следующей паре факторов приведет к следующим результатам:

$$r_{yx_4 * x_5} = \frac{r_{yx_4} - r_{yx_5} * r_{x_4 x_5}}{\sqrt{(1 - r_{yx_5}^2) * (1 - r_{x_4 x_5}^2)}} = 0,561$$

$$r_{yx_5 * x_4} = \frac{r_{yx_5} - r_{yx_4} * r_{x_4 x_5}}{\sqrt{(1 - r_{yx_4}^2) * (1 - r_{x_4 x_5}^2)}} = 0,827$$

$$r_{x_4 x_5 * y} = \frac{r_{x_4 x_5} - r_{yx_4} * r_{yx_5}}{\sqrt{(1 - r_{yx_4}^2) * (1 - r_{yx_5}^2)}} = -0,271$$

Как видно из проведенных расчетов, фактор X_5 более тесно связан с результатом, чем фактор X_4 . При этом существует незначительное межфакторное взаимодействие (обратное по своему значению).

Расчет показателей по последней паре факторов приведет к следующим результатам:

$$r_{yx_5 * x_6} = \frac{r_{yx_5} - r_{yx_6} * r_{x_5 x_6}}{\sqrt{(1 - r_{yx_6}^2) * (1 - r_{x_5 x_6}^2)}} = 0,849$$

$$r_{yx_6 * x_5} = \frac{r_{yx_6} - r_{yx_5} * r_{x_5 x_6}}{\sqrt{(1 - r_{yx_5}^2) * (1 - r_{x_5 x_6}^2)}} = -0,105$$

$$r_{x_5 x_6 * y} = \frac{r_{x_5 x_6} - r_{yx_5} * r_{yx_6}}{\sqrt{(1 - r_{yx_5}^2) * (1 - r_{yx_6}^2)}} = 0,127$$

Как видно из проведенных расчетов, фактор X_5 более тесно связан с результатом, чем фактор X_6 . При этом межфакторное взаимодействие между факторами X_5 и X_6 практически отсутствует.

Используя пакет анализа МЕ, построим уравнение регрессии:

$$Y = -0,0795 + 0,1517 * x_1 + 0,1963 * x_2 + 0,1868 * x_3 + 0,2546 * x_4 + 0,2189 * x_5 + 0,0002 * x_6.$$

Полученные значения коэффициентов уравнения регрессии позволяют сделать вывод об изменении абсолютной величины результирующего фактора при изменении зависимых факторов на единицу от своего среднего значения. С увеличением индекса транспортной инфраструктуры на 1 пункт индекс инфраструктуры увеличится на 0,152 пункта. С увеличением индекса энергетической инфраструктуры на 1 пункт индекс инфраструктуры увеличится на 0,196 пунктов. С увеличением индекса социальной инфраструктуры на 1 пункт

индекс инфраструктуры увеличится на 0,187 пунктов. С увеличением индекса коммунальной инфраструктуры на 1 пункт индекс инфраструктуры увеличится на 0,255 пунктов. С увеличением индекса телекоммуникационной инфраструктуры на 1 пункт индекс инфраструктуры увеличится на 0,219 пунктов. С увеличением сводного экологического индекса на 1 пункт индекс инфраструктуры увеличится на 0,0002 пункта.

С целью оценки силы связи исследуемых показателей рассчитаем средние коэффициенты эластичности:

$$\bar{\varepsilon}_{yx_1} = a_1 * \frac{\bar{x}_1}{\bar{y}} = 0,152 * \frac{3,15}{5,57} = 0,086$$

$$\bar{\varepsilon}_{yx_2} = a_2 * \frac{\bar{x}_2}{\bar{y}} = 0,196 * \frac{5,00}{5,57} = 0,176$$

$$\bar{\varepsilon}_{yx_3} = a_3 * \frac{\bar{x}_3}{\bar{y}} = 0,187 * \frac{5,44}{5,57} = 0,182$$

$$\bar{\varepsilon}_{yx_4} = a_4 * \frac{\bar{x}_4}{\bar{y}} = 0,255 * \frac{6,90}{5,57} = 0,316$$

$$\bar{\varepsilon}_{yx_5} = a_5 * \frac{\bar{x}_5}{\bar{y}} = 0,219 * \frac{6,42}{5,57} = 0,253$$

$$\bar{\varepsilon}_{yx_6} = a_6 * \frac{\bar{x}_6}{\bar{y}} = 0,0002 * \frac{55,08}{5,57} = 0,002$$

Полученные результаты свидетельствуют о том, что влияние развития коммунальной инфраструктуры на общий индекс инфраструктуры оказалось более сильным по сравнению со всеми остальными составляющими индексами: с ростом индекса коммунальной инфраструктуры на 1% индекс инфраструктуры увеличивается на 0,316%. Влияние уровня развития социальной инфраструктуры несколько меньше: с ростом индекса социальной инфраструктуры на 1% индекс инфраструктуры увеличивается лишь на 0,182%.

Тесноту выявленной зависимости индекса инфраструктуры от уровня развития ее составляющих, можно оценить через множественный коэффициент корреляции и детерминации. Коэффициент корреляции равен:

$$R^2 = 0,995$$

Как показали расчеты, установлена достаточно тесная зависимость индекса инфраструктуры от уровня развития ее составляющих: 99,5% вариации индекса инфраструктуры находится под непосредственным влиянием анализируемых факторов. Под влиянием всех прочих факторов формируется только 0,5% результата.

Сопоставление фактического и табличного значений F-критерия Фишера позволяет проверить выявленную статистическую зависимость на надежность. Фактическое значение F-критерия Фишера определим по формуле:

$$F_{\text{факт}} = \frac{R^2}{1 - R^2} / \frac{k}{n - k - 1} = \frac{0,995}{1 - 0,995} / \frac{2}{83 - 2 - 1} = 7960$$

Как показывают проведенные расчеты, фактическое значение F-критерия Фишера во много раз превышает табличное (при $k = 2$, а $n - k - 1 = 83 - 2 - 1 = 80$ при $\alpha = 0,05$ $F_{\text{табл}} = 3,96$), что является доказательством системного влияния на результат исследуемых факторов.

Небольшой удельный вес социальной составляющей в общем индексе развития инфраструктуры свидетельствует о необходимости интенсификации ее концентрации в регионах и развития механизмов применения предпринимательских (инновационных) подходов в ее формировании.

Проведенные расчеты и анализ позволил автору сформировать методологическую основу социализации предпринимательской среды (Рисунок 15) на следующих принципах:

- гуманистического типа экономических отношений;
- равноправное участие государства и бизнеса в создании и решении проблем инфраструктуры, возникающих на различных ее уровнях;
- прямая зависимость уровня инфраструктурной сформированности и качественной обеспеченности населения.

Включение бизнеса в социальные процессы дает возможность государству на социально-экономическом и общественно-политическом уровнях получать более высокую точность оценки существующего положения дел, выявлять перспективы развития и социально-экономические эффекты за счет развития не

только частных, но и общественных институтов. Социальный вектор развития бизнес-среды характерен расширением сегмента экономических акторов, заинтересованных в реализации инфраструктурных проектов различных уровней. В свою очередь, развитая инфраструктура формирует возможность повышения качества и уровня жизни населения.



Рисунок 15 – Методологическая основа социализации предпринимательской среды

В контексте вышесказанного, наиболее значимыми факторами гуманизации экономического роста выступают повышение уровня социальной ответственности бизнеса и развитие социализированной предпринимательской среды, что позволяет наиболее полно и качественно удовлетворять потребности современного человека, всесторонне развивать его способности и творческий потенциал. Социализация бизнес-среды мультипликаторным эффектом

положительно отразится на состоянии современной инфраструктуры, восполнит недостаток бюджетных вложений в ее развитие путем включения предпринимательства в решение проблем, стоящих перед обществом.

В целом можно сделать вывод, что развитие новых практик и подходов к социально ответственному поведению бизнес-структур и распространение феномена социального предпринимательства:

- создает новые уникальные возможности и формирует дополнительные конкурентные преимущества не только для бизнеса, но и открывает перспективы развития гражданского общества, способного воздействовать на устойчивость экономического роста, его гуманизацию, что в конечном итоге приведет к росту благосостояния нации в целом;

- приводит к осознанию хозяйствующими субъектами необходимости формирования нового механизма взаимодействия власти, бизнеса и гражданского общества, основанного на политической и социальной стабильности.

Таким образом, можно заключить, что с начала XXI века в российской практике происходит становление новой модели социально-экономического развития, сочетающей в себе экономические, социальные и экологические факторы развития общества, баланс которых способен обеспечить долгосрочный устойчивый экономический рост. Отличительной характеристикой данного подхода является достижение социальной стабильности в гражданском обществе посредством активизации социум-ориентированных инструментов и механизмов в рамках как государственной политики, так и деятельности экономических акторов, направленных на повышение качества жизни индивида и общественного благосостояния в целом, в условиях гуманизации экономических отношений и экономического роста. Кроме того, ориентация долгосрочной государственной стратегии развития Российской Федерации в условиях социально-ориентированной рыночной экономики, на развитие гражданского общества предопределила усиление социальной функции государства наряду с активизацией добровольного участия предпринимательских структур в решении социо-эколого-экономических проблем. Как следствие – расширяется перечень

экономических акторов и интегрированных бизнес-структур, проявляющих готовность к решению социальных проблем и способных разделить с государством ответственность за достижение социальной стабильности в социуме; актуализируется необходимость трансформации условий и принципов функционирования хозяйствующих субъектов, адекватных новой социально-ориентированной предпринимательской среде.

3.2 Социальная ответственность бизнеса: российская практика

Этика служения по своей сути не является новой для российского предпринимательства, имеющего глубокие корни социально ответственного поведения, благотворительности и меценатства. Начиная с XIX века, российские предприниматели ориентировали свою деятельность не только на извлечение прибыли, но и соблюдение общественных интересов, выступая зачастую движущей силой образования, просвещения и общественного развития.

Исторически присутствие коммерческого сектора в решении социально значимых проблем находило свое отражение в рамках любого этапа развития общества (доиндустриальный, индустриальный, постиндустриальный). Первоначально социальная ответственность приобретала форму альтруистической деятельности, благотворительности и меценатства, основной целью которых явилась поддержка малоимущих слоев населения [123, с. 45]. Как правило, подобные социальные инициативы предпринимателей не имели законодательной основы и осуществлялись на добровольной, но непостоянной основе. Со второй половины XX века бурное развитие профсоюзного движения способствовало появлению ряда нормативно-правовых актов в области трудового и социального законодательства, закрепляющих права работников и в целом концепцию государственного регулирования экономики, ориентированную на нивелирование «фиаско» рынка. Постепенно социальная ответственность бизнеса, основанная на точечных и единовременных проявлениях благотворительности и филантропства,

модифицировалась в институт, законодательно поддерживаемый государством. Переход к постиндустриальной стадии развития общества конца XX века predetermined эволюцию понимания предпринимательством своих социальных практик – от планового роста затрат на те или иные социальные проекты до поиска форм и механизмов взаимовыгодного сотрудничества со стейкхолдерами в части стабильного и долгосрочного роста уровня социальной ответственности на принципах интеграции бизнес-ресурсов и взаимной ответственности за результаты [94]. Так в своих исследованиях авторами (Грекова Г.И., Киварина М.В.) выделяется три этапа социализации предпринимательства: первый этап – социальная индифферентность предпринимательства; второй этап – экзогенная социальная ответственность; третий этап – эндогенная социальная ответственность предпринимательства [83, с. 401].

На рисунке 16 автором выделены основные концептуальные формы участия бизнеса в социальных процессах, а также охарактеризованы поведенческие особенности, присущие бизнесу и обусловленные целью его функционирования (ведения бизнеса) и объемами вклада в социальные процессы, происходящие в обществе.

Социальное предпринимательство					инновационно ответственное поведение
Социальное партнерство власти, бизнеса и населения				инновационное поведение	
Социальная ответственность бизнеса			оптимизационно-инновационное поведение		
Социальная филантропия		оптимизационное поведение			
Социальный компромисс	оппортунистическое поведение				
Стадии развития общества	Доиндустриальная стадия	Индустриальная стадия		Постиндустриальная стадия	
		Коммерциализация экономики		Гуманизация экономики	

Рисунок 16 – Поведенческие особенности экономических субъектов на различных стадиях развития общества

Выявлено, что каждая последующая модель поведения не исключает предыдущую, а по мере развития форм участия бизнеса в социальной жизни общества можно наблюдать его неизбежное укрупнение.

Под оппортунистическим поведением бизнеса понимается некая договоренность с государством о поощрении с целью создания (получения) экономической ценности, не приносящей значительных выгод для интересов общества в целом (цель – получение личной выгоды и создание экономических ценностей).

Под оптимизационным поведением понимается поддержка неимущих слоев как способ повышения жизненного, образовательного уровня граждан, патриотическая направленность бизнеса, богатство как средство развития личности и совершенствования окружающего мира (цель – получение личной выгоды, создания экономических и социальных ценностей). Оптимизационно-инновационное поведение связано с трансформацией функций (цели) бизнеса в современном социуме, а именно – создание социально-экономических и экологических ценностей целью (личная выгода – осталась). Инновационное поведение с целью увеличения устойчивости бизнеса и участия предпринимателей в развитии социальной сферы посредством решения основных производственных задач максимально эффективным способом. Инновационное – как добровольное включение социальных аспектов в коммерческую деятельность при расширении взаимосвязей со стейкхолдерами в данном направлении. Инновационно ответственное поведение бизнеса связано непосредственно с укреплением репутации фирмы как социально ответственного субъекта и достигается путем вовлечения гражданского общества во взаимодействие с заинтересованными лицами с целью обеспечения его развития.

Так, рассматривая современные практики социальной ответственности бизнеса в сравнении с периодом конца 1990-х – начала 2000-х гг., можно констатировать тот факт, что социально ответственное поведение становится объективной реальностью, в которой бизнес значительно расширяет возможности укрепления своих позиций. Каждый предприниматель, являясь элементом

целостной системы общественных институтов, оказывается включенным в совокупность социально-экономических взаимосвязей и субъектных отношений, что не дает ему возможности принимать какие-либо экономические решения без оглядки на общество, без оценки тех социальных последствий, к которым данные решения могут привести. В итоге складывается ситуация, когда представители бизнеса автоматически начинают делить с государством ответственность за социальное развитие, благополучие и безопасность общественной жизни.

В настоящее время российскому бизнесу доступны разнообразные формы включения в социально ответственную деятельность [179, с. 82; 194, с. 354]. Ряд предпринимателей, ощущающих свою личную ответственность за благополучие развития общества, добровольно принимают на себя повышенные социальные обязательства (КСО) по нивелированию отрицательных внешних эффектов (экстерналий) во всех сферах деятельности (в экономике – честный товаропроизводитель, создатель рабочих мест, плательщик налогов; в экологии – бережный потребитель ресурсов, рациональный природопользователь; в социуме – ответственный производитель и гражданин).

Другие представители бизнеса внедряют механизмы решения социальных проблем в свою миссию, образуя новый пласт производителей – социальных предпринимателей, не уступающих по инновационному и ресурсному потенциалу традиционному бизнесу, но при подчинении всей своей деятельности социальным ориентирам и целям.

Первыми компаниями, которые начали внедрять практики социально ответственного поведения в современной России, стали представители крупных корпораций, осуществляющих предпринимательскую деятельность как на внутреннем, так и на внешних рынках. В западных странах стандарты корпоративной социальной ответственности были внедрены в практическую деятельность корпораций еще на рубеже XX – XIX вв., поэтому все участники международных экономических отношений были вынуждены этим стандартам соответствовать. Российские корпорации не стали исключением. Кроме этого, у крупных компаний, лидеров в определенных отраслях промышленности, имеется

значительно больший ресурсный потенциал для реализации социально ответственных практик. Мелкие и средние компании гораздо более часто сталкиваются с дефицитом ресурсов, в том числе финансовых, что не позволяет им участвовать в КСО в полной мере. В силу вышесказанного, именно крупные корпорации стали первопроходцами внедрения социальных инициатив и собственных программ КСО в современной России.

В качестве примера подобной российской корпорации можно назвать публичное акционерное общество «Газпром», имеющее стратегическое значение для развития многих других отраслей отечественной промышленности и российской экономики в целом. Эффективное функционирование ПАО «Газпром» затрагивает интересы большого числа россиян, что вынуждает компанию прислушиваться к общественному мнению, соблюдать интересы общества, активно способствовать разрешению социальных проблем на территории своего присутствия.

Еще одним примером крупного социально ответственного бизнеса является публичное акционерное общество «ГМК «Норильский никель». В отличие от ПАО «Газпром» ПАО «Норильский никель» отказалось использовать в своей практике традиционные инструменты благотворительности, в основе которых лежат малоэффективные в современных условиях институты шефства, заменив их системным включением инструментов корпоративной социальной ответственности в свою основную деятельность. Вместе с этим ПАО «Норильский никель» активно привлекает различные некоммерческие организации, общественников и гражданских активистов к реализуемым компанией социально ответственным практикам. Например, такую публичную известность получил проект «Мир новых возможностей», реализуемый ПАО «Норильский никель» с целью формирования пула общественных инициатив по вопросам регионального развития. Особенно актуальна данная программа для отдаленных территорий (например, Заполярья), однако ее реализация осуществляется на всех производственных площадках компании.

Современной российской практике также известен ряд примеров, когда с

целью повышения эффективности социально-экономической деятельности компании объединяются в бизнес-сообщества, образуя социально ответственные группы компаний. Одним из таких объединений является Группа компаний «Новард», молодое сообщество предпринимателей, реализующее новую бизнес-модель социально ответственного субъекта рыночных отношений, сочетающую в себе лучшие практики отечественного предпринимательства и передовой зарубежный опыт.

С целью смещения фокуса предпринимательской деятельности с получения прибыли на социально ответственное поведение в настоящее время в России созданы и успешно функционируют такие организации как «Ассоциация менеджеров», «Социальная хартия российского бизнеса» и другие. Каждая из этих организаций проводит различные конкурсы, объявляет гранты и отбирает лучшие практики социальной ответственности в регионах с целью их популяризации и распространения на всей территории страны.

Так, в 2019 году в конкурсе «Лидеры корпоративной благотворительности в парадигме устойчивого развития» приняли участие 65 российских и международных компаний, осуществляющих благотворительную деятельность на территории Российской Федерации. На конкурс поступило 95 заявок. Эксперты оценивали подходы компаний к управлению корпоративной филантропией, степень ее соотнесения со стратегией бизнеса, использование инструментов оценки на разных этапах корпоративной благотворительности, характер медиа-сопровождения этой деятельности и др. Общий рейтинг возглавили ПАО «Норильский никель», ПАО «Газпром нефть», «Сахалин Энерджи» и Объединенная металлургическая компания. В 2018 году компании-участники конкурса потратили на благотворительность более 57 млрд. рублей [63, с. 17; 279].

Приведенные выше примеры социально ответственного поведения российских компаний наглядно демонстрируют начавшийся в обществе перевес духовных ценностей над материальными. Потребители все чаще отказываются от продукции социально безответственных компаний, отдавая предпочтение ориентированным на запросы общества производителям.

Рассмотрим главные мотивы, побуждающие российские компании осуществлять социальную деятельность [25, с. 55]. Проводимые с 2015 года эмпирические исследования (например, Аналитический обзор по результатам исследования «Ценностные основы социальной деятельности российского предпринимательства», рисунки 17-21) позволяют сделать вывод, что в основе социально-ответственных практик современных российских компаний различных размеров и форм собственности лежат личные ценностные установки и моральные устои руководителей и собственников (Рисунок 17). На данную причину указали более трети респондентов. Также значимыми причинами социально-ответственного поведения названы традиции компании, требования к корпорациям со стороны международных стандартов, а также возможный рост репутации и узнаваемости бренда [279]. Среди компаний небольших размеров важным мотивом являются также семейные традиции.

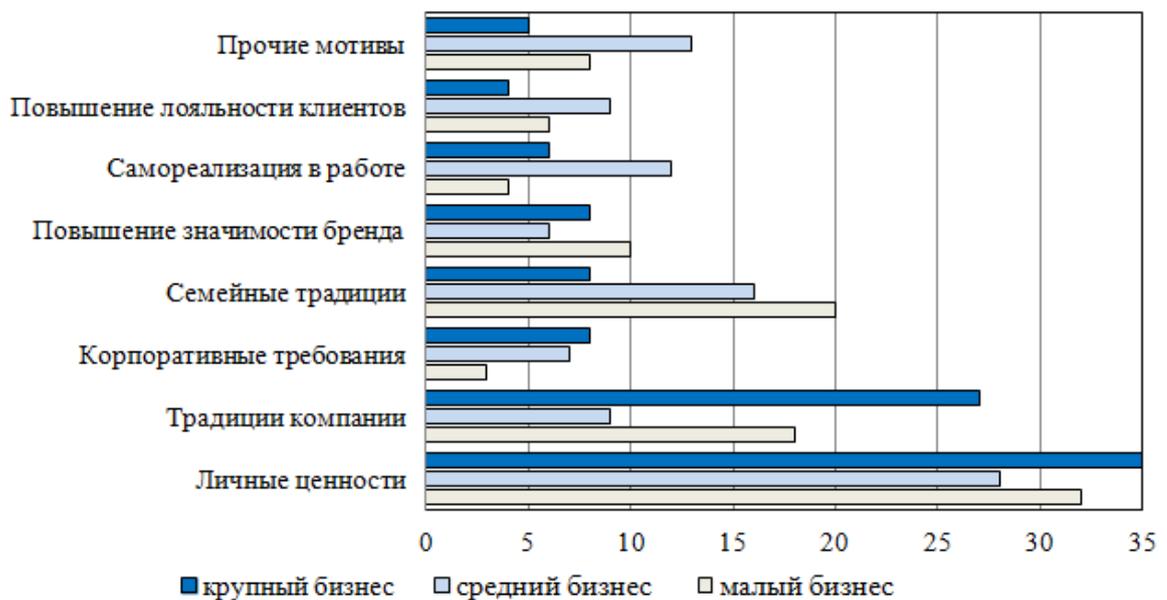


Рисунок 17 – Мотивы, побуждающие компании к КСО, %

При принятии решений об осуществлении социальной деятельности, моральными и этическими воззрениями руководствуются большинство крупных российских компаний, а также более 20% компаний среднего и малого бизнеса. Таким фактором, как национальная культура и традиции в формировании ответственного бизнеса руководствуются как компании крупного, так и среднего и

малого бизнеса (порядка 18% всех компаний). Следующим важным фактором, влияющим на принятие решение о ведении социальной деятельности для компаний крупного бизнеса, являются политические и административные стимулы (14% крупных компаний), в то время как для среднего и малого бизнеса важность этого фактора отмечена лишь у 11% компаний.

Несмотря на то, что экономическая выгода и религиозные воззрения не были упомянуты ни одной компанией крупного бизнеса в качестве мотивов, побуждающих их осуществлять социальную деятельность, крупные компании подчеркивают важность подобных факторов при принятии решений об осуществлении программ КСО.

Следует отметить, что роль религиозных воззрений для компаний среднего и малого бизнеса более значима, чем для крупных российских компаний (15%, 16% и 11% соответственно) (Рисунок 18).

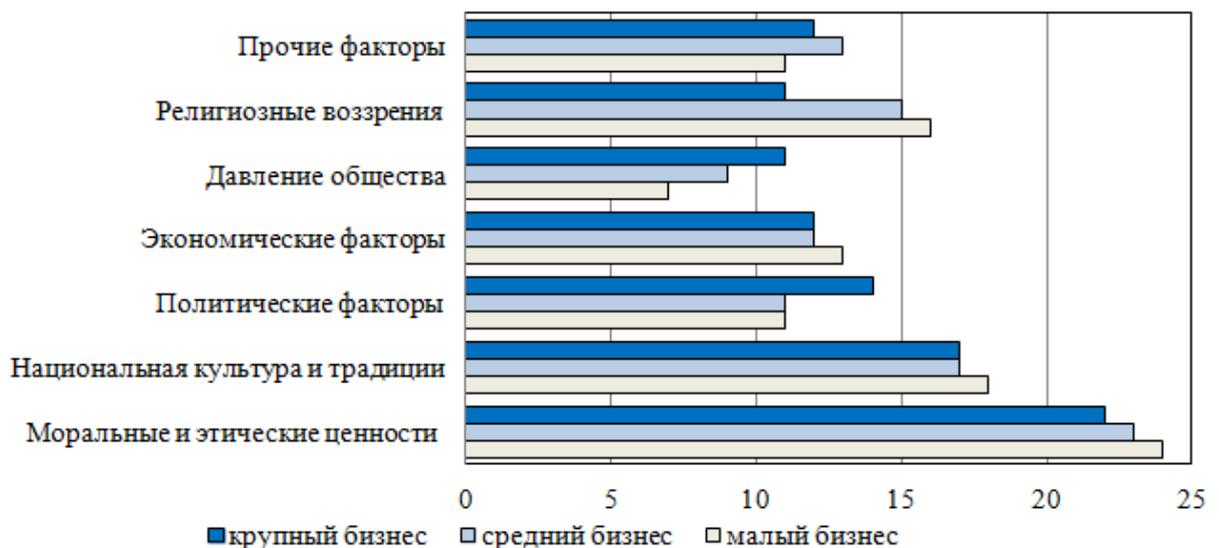


Рисунок 18 – Значимые факторы осуществления программ КСО, %

Как показывает российская практика, реализация программ социальной ответственности, особенно небольшими компаниями, не является составной частью их основной деятельности, а следовательно, носят фрагментарный и внесистемный характер. Очень часто на практике работодатели ограничиваются введением социальных пакетов для своих работников, подменяя понятие КСО отдельными благотворительными или социальными проектами. Однако, следует

отметить, что крупные компании, особенно деятельность которых выходит за национальные границы, все чаще сталкиваются с необходимостью формализации социально-ответственных практик. В таких компаниях создаются специальные подразделения по взаимодействию с общественностью, либо отделы, формирующие социальную политику и мероприятия по ее реализации. В менее крупных компаниях практики КСО нередко находятся под контролем самого директора (16%), или группы специалистов (15%) (Рисунок 19).

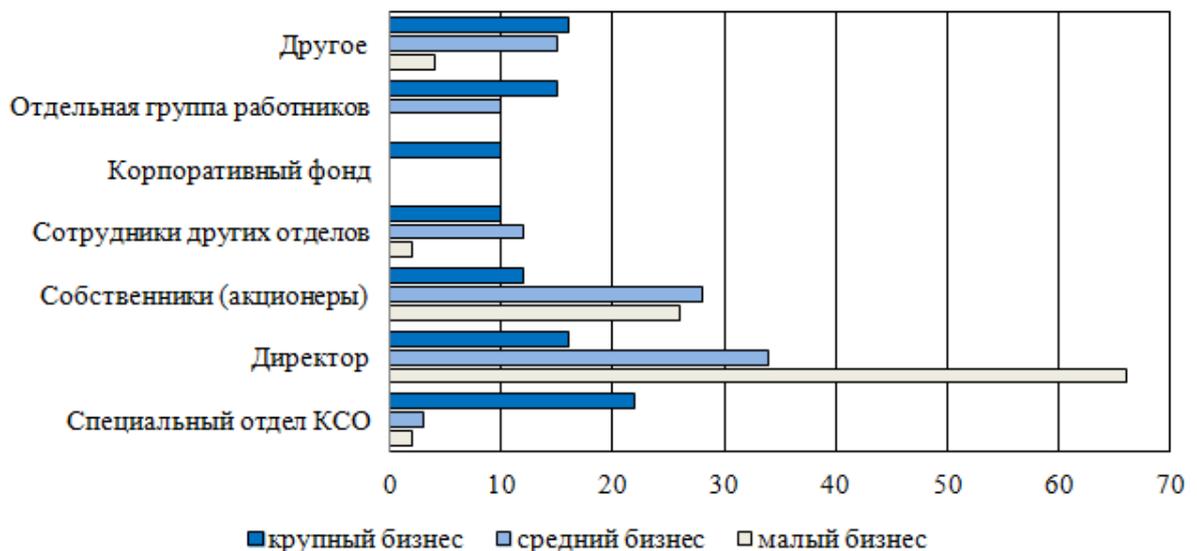


Рисунок 19 – Организация процесса управления практиками КСО на уровне служб предприятия, %

Специальные отделы, ответственные за реализацию практик КСО, в компаниях среднего и малого бизнеса, как правило, отсутствуют. Только 2-3% компаний указали на наличие подобных структур. Традиционно вопросы в части управления практиками корпоративной социальной ответственности предприятия находятся в ведении директора, собственников и акционеров.

От размера компании также зависят источники финансирования социальной деятельности. Как показывают исследования, основным источником финансирования программ КСО для компаний любых размеров является их официальная прибыль. Для более крупных компаний характерно включение персонала (13%). Индивидуальные средства акционеров наряду с соучастием клиентов также отмечаются как ресурс для финансирования КСО (Рисунок 20).

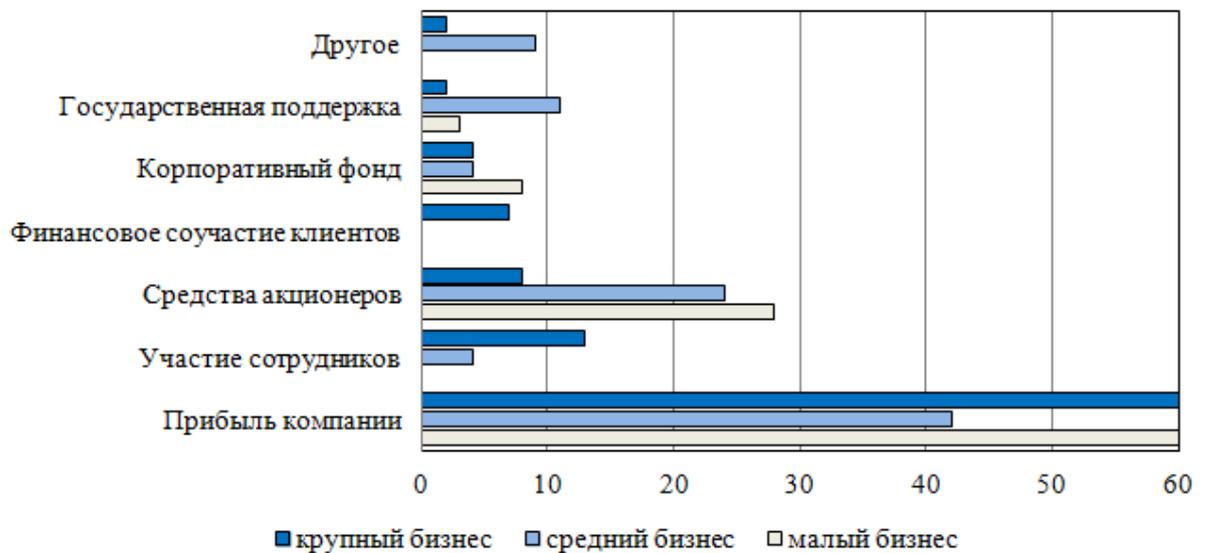


Рисунок 20 – Источники финансирования программ КСО, %

На рисунке 21 представлены основные направления для вложений социальной направленности. Необходимо отметить схожую направленность общественно значимых инвестиций для компаний как крупного, так СМП (Рисунок 21). Наиболее распространенными сферами для социальных инвестиций являются физическая культура и спорт, поддержка образования и обеспечение занятости.

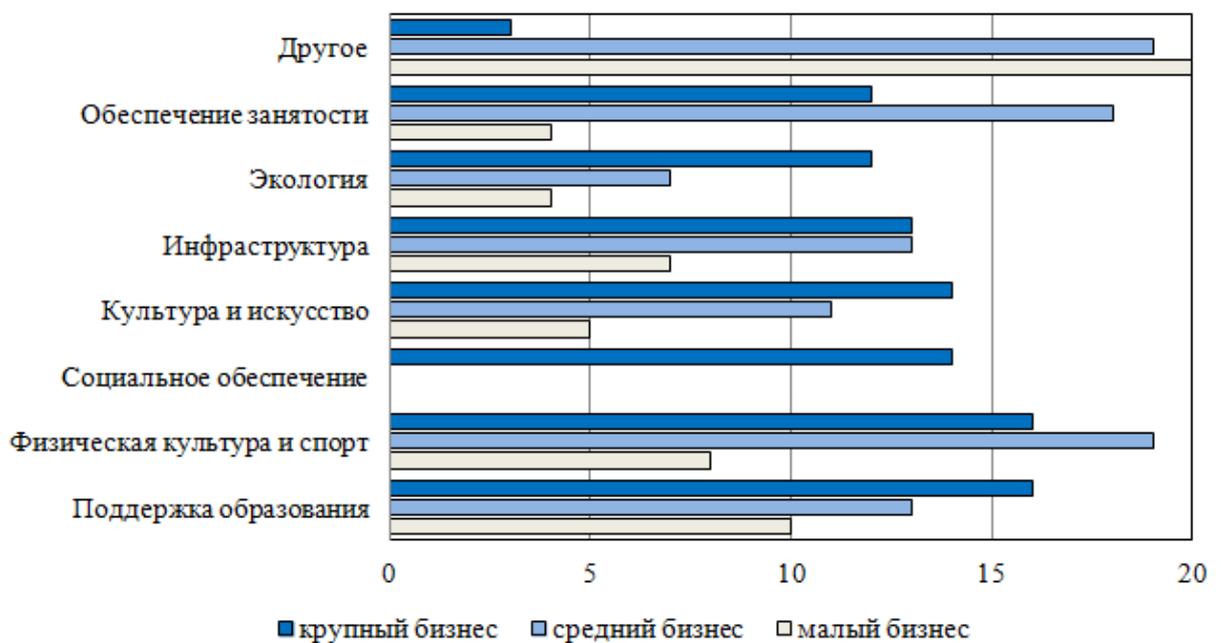


Рисунок 21 – Направленность социальных практик, %

Несмотря на заметную вовлеченность отдельных хозяйствующих субъектов в социальную деятельность, основная часть российского бизнеса сегодня предпочитает ограничиваться базовым уровнем КСО, характеризующимся соблюдением норм трудового законодательства и законодательства в сфере охраны окружающей среды, своевременной уплаты налогов, страховых взносов и иных платежей, соблюдением норм и положений основополагающих конвенций Международной организации труда. Соблюдение данных требований позволяет компании выйти на цивилизованный рынок, однако не характеризует ее как полноправного социального инвестора.

С учетом происходящих в настоящее время событий в российской и мировой экономике можно назвать следующие причины низкого уровня реализации практик социально ответственного поведения [20]:

1) недостаточная сформированность российского гражданского общества и как следствие низкий уровень его политической и социальной активности, имеют своим результатом слабую степень воздействия общественности на предпринимательский сектор, вплоть до полного его отсутствия;

2) негативные экономические последствия пандемии COVID-19 привели компании к необходимости сокращать текущие расходы, в том числе на финансирование социальных мероприятий и программ;

3) до настоящего времени в России существенной остается роль государственного сектора экономики, усиливающаяся в последние несколько месяцев. Государство оказывает прямое административное давление на бизнес, зачастую диктуя предпринимателям условия существования на том или ином рынке. В результате социальная ответственность рассматривается бизнесом как необходимый элемент выживания в современной российской деловой среде и далека от идеи стратегической филантропии, что в свою очередь порождает неэффективность или низкую эффективность социальных проектов и программ.

4) Многочисленные практики социально ответственного поведения, реализуемые российскими предпринимателями, представляют собой достаточно

хаотичный, бессистемный набор социальных мероприятий, что не может не сказаться на результатах деятельности компании.

Если говорить о практике социально ответственного поведения российских предпринимательских структур, то особенно можно выделить следующие моменты:

1) российский бизнес может рассматривать КСО не как источник, дополнительных затрат, а как ресурс для снижения потенциальных рисков. Благодаря применению на практике социально ответственного поведения, можно выявить все проблемы и узкие места во взаимоотношениях бизнеса и общественности. Именно подобная идентификация деловых рисков является первым шагом на пути к сближению интересов различных хозяйствующих субъектов, бизнеса и населения, что ускоряет процесс социализации предпринимательских структур. В данном контексте КСО можно рассматривать как своеобразную страховку от неблагоприятных изменений в социальной сфере, как вектор будущего развития компании, приносящей пользу обществу и извлекающей из своей деятельности прибыль.

2) Немаловажным преимуществом корпоративной социальной ответственности является ее способность к преобразованию имеющихся в обществе проблем или противоречий в новые возможности для бизнеса, которые могут быть положены в основу его конкурентного преимущества. В качестве доказательства данного утверждения в литературе часто приводят следующую ситуацию. Коренное население многих стран и регионов мира сталкивается с дефицитом каких-либо веществ: йода, солнца, витаминов. Те предприниматели, которые смогли вовремя увидеть и распознать подобные дефициты, создают и выводят на рынок уникальные продукты, неизбежно пользующиеся спросом: йодированную соль, соляные лампы, витаминные комплексы в составе продуктов питания и т.д. Например, английская компания «Unilever», своевременно выявив проблему дефицита йода у населения Ганы, переориентировала свою бизнес-модель на создание нового продукта – йодированной соли. Так, в непосредственном взаимодействии с обществом с одной стороны решаются

значимые социальные, медицинские, демографические и прочие проблемы, а с другой стороны появляются новые продукты, бренды, рынки и технологии.

Все вышесказанное является неоспоримым доказательством того факта, что предприниматели могут и должны рассматривать КСО как возможность расширения и развития своего бизнеса, совершенствования имеющихся бизнес-моделей и бизнес-процессов, а также формирования дополнительных конкурентных преимуществ в быстро изменяющейся рыночной среде. Современные компании вполне могут использовать свою основную деятельность как способ решения имеющихся в регионе социальных проблем. При таком подходе социальная ответственность перерастает из благотворительности или филантропии в социальные инновации, порождающие новые, более эффективные способы хозяйствования [193, с. 101-102]. Возникновение такого рода инноваций является непосредственным результатом использования компаниями практик социальной ответственности, ускоряя процесс социализации предпринимательских структур. Наличие социальных инноваций дает дополнительные возможности бизнесу не только позиционировать себя как социально ответственного гражданина, но и создавать уникальные продукты, формировать новые рынки, приобретать дополнительные конкурентные преимущества, способствуя росту числа социально ответственных предпринимательских структур и социальных предпринимателей.

Подводя итоги параграфа, можно сделать ряд значимых выводов. Во-первых, процесс социализации предпринимательских структур в современной российской экономике находится на первоначальном этапе своего развития. Это доказывается незначительным числом практик социально-ответственного поведения и сравнительно небольшим количеством успешных социальных предпринимателей, функционирующих на российском рынке. Во-вторых, данный процесс не стоит на месте, а входит в фазу своего активного развития. На основе имеющегося опыта западных стран и собственных традиций благотворительности и меценатства происходит становление российской модели корпоративной социальной ответственности, со специфичными, присущими только нашей стране,

уникальными характеристиками. В-третьих, все большее число предпринимательских структур становится вовлеченным в процесс социализации, поскольку, с одной стороны, отечественный бизнес находится под заметным давлением со стороны органов государственной власти и требований внутренних и международных стандартов, а с другой стороны, сами предприниматели постепенно все больше осознают долгосрочные выгоды от социально ответственного поведения и добровольно внедряют практики КСО в свою деятельность.

Сдерживающим процесс социализации фактором в российской бизнес-среде является невысокий уровень гражданской и корпоративной ответственности, недостаточная вовлеченность бизнеса и общества в решение социально значимых проблем, разрозненность интересов и неопределенность сфер ответственности всех участников хозяйственных отношений, что порождает низкую культуру КСО и недостаточно развитую среду социального предпринимательства. В любом случае, популяризация и совершенствование практик корпоративной социальной ответственности в российской бизнес-среде неизбежно повлекут за собой открытие новых возможностей и перспектив не только для предпринимательского сектора, но и общества в целом, повышая уровень его благосостояния и приближая к устойчивому экономическому росту.

3.3 Интенсификация социализации предпринимательских структур: от социальной ответственности к социальному предпринимательству

Многочисленные примеры из российской практики, приведенные в предыдущем параграфе, являются доказательством того, что концепция социально ответственного предпринимательства становится все более популярной и в полной мере отвечает требованиям современной социально ориентированной экономики. Начало XXI века в России было особенно богато на распространение самых разнообразных социальных инициатив. Среди них и рост

числа социальных предпринимателей, и увеличение количества государственно-частных соглашений, и институционализация корпоративной социальной ответственности. Все перечисленные процессы стали результатом объективных преобразований мирохозяйственного порядка, где на первый план вышло сообщество заинтересованных в устойчивом и гуманистическом экономическом росте субъектов. В сложившихся условиях и государство, и предприниматели стоят перед необходимостью трансформации своей роли в жизни общества, что порождает перераспределение сфер ответственности между ними за социально-экономическое развитие страны и ее отдельных регионов.

Одним из феноменов современной российской действительности является распространение социального предпринимательства. Данный процесс нельзя назвать новым, поскольку отдельные его элементы были известны экономике России еще в конце XX века. Однако беспрецедентный рост числа социальных предпринимателей в настоящее время все больше привлекает внимание как научных исследователей, так и представителей бизнес-сообщества.

Впервые «социальное предпринимательство» (в 1980-х годах) как термин озвучил Билл Дрейтон, основоположник Ashoka – организация, деятельность которой основана на принципах филантропии и благотворительности. Позднее, в конце 1990-х годах, ученый Грегори Диз обозначил «социальное предпринимательство» как профессиональную область для изучения с точки зрения как науки, так и практики [308]. Однако, учитывая многогранность данного явления, общие научные принципы и методы стали формироваться относительно недавно.

С одной стороны, социальное предпринимательство (СП) подразумевает под собой представителей предпринимательского сектора, функционирующих по правилам и законам рынка, с другой стороны, способствует нивелированию «провалов рынка» посредством превалирования общественных интересов над собственными. В связи с этим, уникальность СП заключается в альтернативе как чисто коммерческому, так и государственному подходам к решению экономико-социально-экологических проблем. Кроме того, в сравнении с чисто коммерческим

подходом к решению социально-значимых задач, социальные предприниматели реагируют на возникшие проблемы не фрагментарно, а системно. Социальное предпринимательство допускает трансформацию – передача благ потребителям на постоянной, долгосрочной основе, приводящей к системным изменениям в потреблении и развитию нетворкинга (искусство создания и поддержания сети полезных контактов) [244, с. 20-21].

Сформировать универсальное значение термина «социальное предпринимательство» также сложно, как и определение самого предпринимательства (см. Главу 1.3). В таблице 19 автором представлен обзор отдельных терминологических подходов к явлению «социальное предпринимательство» в трактовке зарубежных авторов.

Таблица 19 – Термин «социальное предпринимательство» в зарубежной научной литературе

Автор(ы)	Трактовка
Г. Диз (на основе работ Й.А. Шумпетера, Ж.-Б. Сея, П. Друкера, У. Стивенсона)	Социальное предпринимательство – использование практик предпринимательства в традиционной его форме для реализации социальной миссии.
Дж. Боши	Социальный предприниматель – руководитель, который функционируя в реалиях рынка, «балансирует» между основной целью деятельности – получение прибыли и моральными нормами гражданского общества.
Дж. Морт, Д. Виравардена, К. Карнеги	Социальное предпринимательство предполагает честное ведение бизнеса, реализуя социальную миссию и подбирая подходящие с моральной точки зрения средства для достижения цели; умеет распознать возможность создания социальной ценности, использует новаторские подходы и готов взять на себя риск.
С. Эрволд, Д. Браун, К. Леттс	Социальное предпринимательство нацелено на устойчивые социальные трансформации посредством включения «инновационного» инструмента в решение социально-значимых общественных задач, мобилизуя при этом ресурсы и социальные идеи.
Д. Робинсон	Социальное предпринимательство как процесс, подразумевающий все стадии решения социальной проблемы – от ее идентификации, определения методов и механизмов решения до формирования институциональной единицы коммерческой или некоммерческой направленности, обеспечивающей разработку бизнес-моделей для успешной реализации социальных проектов и обеспечивающей достижение результата – экономического, социального, экологического.

Составлено автором по [197; 302; 305; 308; 320].

Среди представленных терминологических подходов наиболее актуальным и соответствующим современным трансформационным процессам в российской экономике соответствует определение, предложенное С. Эрволд, Д. Брауном, К. Леттс, согласно которому авторы указывают не только на инновационную составляющую в поведении СП, но и на долгосрочные системные социальные изменения, являющиеся конечным продуктом деятельности в рамках социального предпринимательства. Между тем, Джеффри Робинсон расширяет определение СП формой самого предприятия – коммерческое или некоммерческое, обусловив тем самым эволюцию термина «социальное предприятие» как коммерческое или некоммерческое предприятие, полученная прибыль в результате деятельности которого направляется на социальные нужды [244, с. 33].

Социальное предпринимательство содержит в себе элементы как чисто коммерческого ведения бизнеса, так и некоммерческих организаций (НКО) (Таблица 20). Как отмечает Кай Хокертс – налицо заметное движение в сторону гибридных социальных компаний (это предприятия, находящиеся на границе между коммерческими компаниями и некоммерческими организациями, при этом не относясь полностью ни к одному из них) [244, с. 33; 245; 315].

Таблица 20 – Сравнительная характеристика коммерческих, гибридных и некоммерческих организаций

Виды организаций	Мотивы деятельности	Методы	Направления использования прибыли
НКО, функционирующие исключительно на пожертвования	Добрая воля и создание социальной ценности	Определяются миссией организации	На развитие и достижение миссии организации
Гибридные (НКО, осуществляющие коммерческую деятельность; социальное предпринимательство; социально-ответственный бизнес)	Создание социальной и экономической ценности	Определяются рыночными условиями и миссией организации	На развитие и достижение миссии, также может распределяться между участниками (если нет законодательного запрета)
Чисто коммерческие	Личная выгода и создание экономической ценности	Определяются рыночными условиями	Распределяется между собственниками

Составлено автором по [40, с. 110-111; 76, с. 43; 100, с. 146; 301; 302].

Определить участников и природу возникающих связей в рамках социального предпринимательства позволяют модели данного процесса [312; 332], наиболее изученные зарубежными авторами и представленные на рисунке 22.

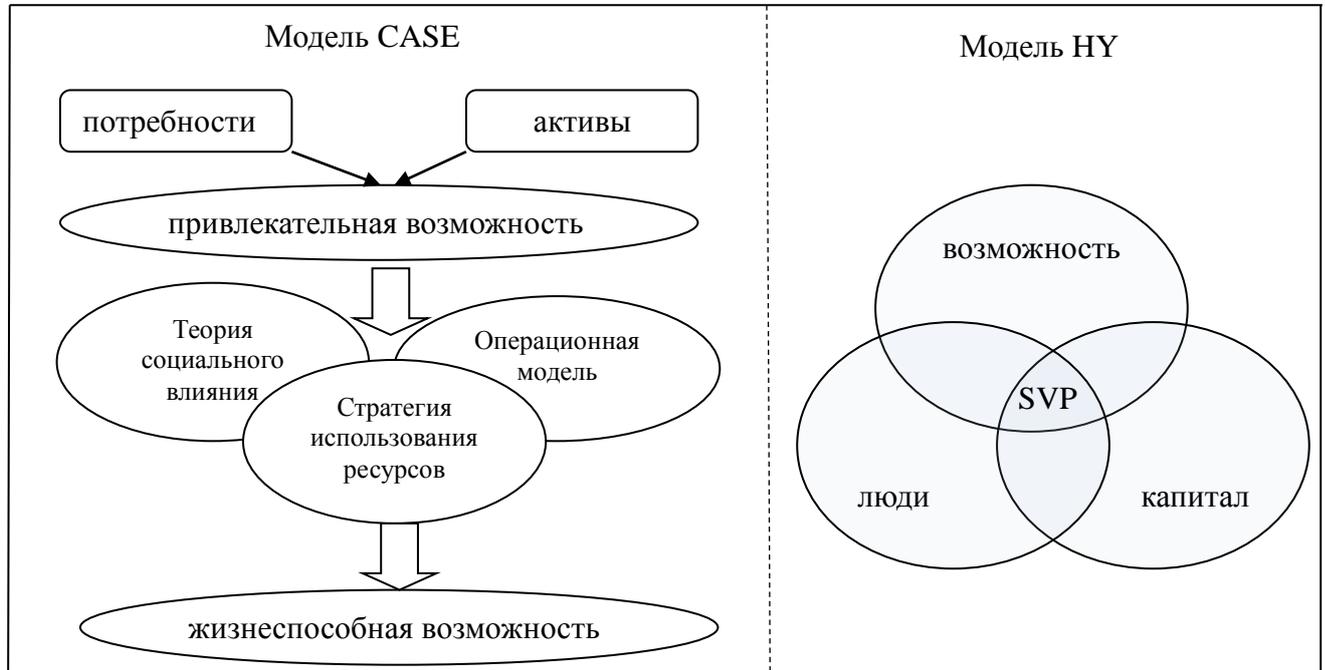


Рисунок 22 – Модели социального предпринимательства

В основу модели, разработанной сотрудниками Center for the Advancement of Social Entrepreneurship (далее – модель CASE), положен процесс создания социальной возможности – от этапа идеи до этапа ее воплощения. Модель CASE предполагает, что идея возникает из неудовлетворенных социальных потребностей. Изначально неосуществимая идея должна трансформироваться в привлекательные для стейкхолдеров возможности (благотворители, инвесторы, политики). С этой целью разрабатывается гипотеза с описанием социальных результатов и влияния, которое возникнет в случае реализации возможностей. Таким образом, в основе модели CASE заложены два важнейших инструмента – бизнес-модель и теория социального влияния. Контекстом модели выступают рыночные, культурные и политические факторы, мотивация предпринимателя, его навыки и личные связи. При положительном стечении указанных факторов социальный предприниматель имеет жизнеспособную социальную возможность

[309].

Модель социального предпринимательства, созданная учеными Harvard University (далее – модель НУ), включает в себя три элемента: возможность, люди и капитал. Возможность – та же самая переменная, что и в модели CASE, люди как субъекты экономики, капитал – как источники, в том числе финансового капитала. Все элементы сопряжены друг с другом таким образом, что мы имеем схематичное изображение всех возможных пересечений нескольких элементов (диаграмма Венна). Зона сопряжения (пересечения) носит название «предложение социальной ценности» (SVP, Social Value Propositions), то есть продукт объединения людей, капитала и возможности. Модель НУ отражает синергию, присущую процессу социального предпринимательства, благодаря которой возможна социальная трансформация [332].

Наиболее адекватна цели и задачам современного социального предпринимательства гибридная модель, представляющая собой сочетание моделей CASE, НУ и состоящая из этапов:

- создание идеи, как результата социальной потребности, возможностей и личной мотивации предпринимателя;
- достижение идеи путем объединения возможностей и ресурсов с целью достижения позитивного влияния [244, с. 51].

Таким образом, социальное предпринимательство – это новый способ экономической деятельности, предполагающий следующие особенности:

- социальное назначение организации, когда социальный эффект является заранее запланированным и ожидаемым результатом, а не побочным, как это происходит в обычном коммерческом предпринимательстве;
- предпринимательское новаторство, которое может быть реализовано путем использования новой идеи или новой комбинации ресурсов (в том числе не очень привлекательных с точки зрения рынка) для решения социально значимой проблемы;
- достижение устойчивой самоокупаемости за счет получения дохода от

продажи результатов деятельности (товаров и услуг), а также за счет грантов и благотворительных пожертвований.

На основе сформулированного выше определения можно выделить отличительные характеристики социального предпринимательства:

1) преобладание в миссии социальных аспектов деятельности над коммерческими – извлечение прибыли сопряжено с получением социального эффекта, который является одним из продуктов основной деятельности компании, ее целенаправленным результатом [29, с. 55];

2) личная приверженность всего коллектива компании к ее социальной миссии – повсеместное соблюдение норм деловой этики и культуры предпринимательства;

3) извлечение прибыли от основной деятельности – социальный предприниматель, аналогично любой коммерческой фирме, действует на принципах эффективности, самоокупаемости и конкурентоспособности;

4) новаторство, лежащее в основе деятельности компании – новые идеи и способы решения выявленных на рынке социальных проблем, а также новые технологии производства, предполагающие различное количественное и качественное сочетание используемых ресурсов.

Для обобщения и анализа мировой практики была исследована, в том числе, информационная база международного фонда поддержки социальных предпринимателей Ashoka [303], включающая примеры успешного решения отдельных социальных проблем определенной территории. Ниже представлены сферы деятельности и основные направления социального предпринимательства:

– создание новой продукции на основе переработки отходов и улучшение экологической обстановки (пример – Conserve, Индия, переработка пластиковых отходов);

– противодействие криминализации общества (пример – Emergence, Франция, спортивная организация молодежи);

- реабилитация людей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации (пример – Jardinsde Cocagne, Франция, сельскохозяйственных предприятий для реабилитации длительно безработных);
- системы по предоставлению услуг для малоимущих слоев населения (пример – America’s Family, США);
- организации для микрокредитования мелких предпринимателей (пример – Kiva.org, глобальная интернет-платформа, не входит в базу фонда Ashoka).

Главной особенностью и отличием российской практики является то, что первостепенную важность будет иметь критерий реализуемости и устойчивости идеи социального предпринимательства на основе получения дохода от продажи результатов деятельности (товаров и услуг). Гранты и благотворительные пожертвования могут рассматриваться только в качестве дополнительных финансовых ресурсов, так как из-за низкого уровня жизни значительной части населения страны частная благотворительность пока не получила в РФ широкого распространения. Также следует учитывать недостаточную развитость инфраструктуры поддержки социальных предприятий. В настоящее время в качестве основного источника социальных инициатив население, бизнес и само государство рассматривает главным образом государственные ресурсы. В ограниченном масштабе социализация предпринимательской деятельности происходит через распространение принципов корпоративной социальной ответственности. Социальное предпринимательство может осуществляться как в рамках НКО, так и коммерческими структурами. Относительно недавно понятие «социально ориентированные организации» применялось в равной мере как к коммерческим, так и к некоммерческим предприятиям, в том числе к полностью финансируемым из бюджета. С принятием Федерального закона № 40-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций» [4], под «социальным предпринимательством» понимались исключительно НКО, и государственная поддержка была направлена только на такие организации. В перспективе это могла привести к злоупотреблениям и ситуациям, когда бизнес

сознательно принимает форму НКО с целью получения государственных и/или муниципальных средств и активов. Кроме того, термин «социальное предпринимательство» зачастую смешивается с социальными услугами, социально-ориентированной деятельностью, социальной сферой [209, с. 181].

По данным Министерства экономического развития РФ, отвечающего за реализацию мер по поддержке социально-ориентированных НКО (СОНКО), по состоянию на 2020 год в РФ действуют следующие программы поддержки социально ориентированных НКО [170]:

- освобождение от налогов, авансовых платежей по налогам (за исключением НДС), страховых взносов в государственные внебюджетные фонды за 2 квартал 2020 г.;
- освобождение от уплаты аренды, а также отсрочка по аренде государственного, муниципального или коммерческого имущества;
- расширение налоговых стимулов участия в благотворительности юридических лиц;
- льготные кредиты по ставке 2%.

Дополнительные меры поддержки стали возможны в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19) (согласно поручению Президента Российской Федерации, изданному по итогам встречи с участниками общероссийской акции «Мы вместе» 30 апреля 2020 года, и в соответствии с Федеральным законом от 8 июня 2020 года №172-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации» [5]. Помимо первого реестра СОНКО, которые с января 2017 года являлись получателями субсидий и грантов в рамках федеральных программ поддержки, сформирован второй реестр НКО, в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения COVID-19 (Постановление Правительства Российской Федерации от 11 июня 2020 года №847) [9], в который вошли:

- частные образовательные организации, имеющие лицензию на образовательную деятельность;

- НКО, являющиеся благотворительными организациями;
- НКО из перечня организаций, гранты которых предоставляются для поддержки науки, образования, культуры и искусства, и не подлежат налогообложению.

В качестве приоритетных направлений для социального предпринимательства в рамках НКО в РФ выделяются следующие направления: профилактика социального сиротства, поддержка материнства и детства; социальная адаптация инвалидов и их семей; повышение качества жизни людей пожилого возраста; развитие дополнительного образования, научно-технического и художественного творчества, массового спорта, деятельности детей и молодежи в сфере краеведения и экологии; развитие межнационального сотрудничества.

Справедливо полагать, что при выделении социального аспекта предпринимательства первостепенным признаком должно быть социальное назначение организации. Так, вступление в силу Федерального закона от 26.07.2019 № 245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» [7], с одной стороны, позволило социальным предприятиям и социальным предпринимателям функционировать в институциональном поле, с другой – обусловило ряд проблем взаимодействия с представителями государственных служб и ведомств в избранной им сфере и территории деятельности. И хотя на этапе согласования данного закона возможности охватить основные модели социального предпринимательства были урезаны регулирующими ведомствами (ограничение некоторых моделей СП по видам экономической деятельности, сужение доступа к признанию статуса социального предприятия ряду инновационных самокупаемых проектов, в т.ч. экологических, другие редакционные шероховатости), его выход определил новый этап в развитии социального предпринимательства в России [171, с. 2]. Так, социальное предпринимательство – предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных

проблем граждан и общества, а социальное предприятие – субъект малого или среднего предпринимательства, осуществляющий деятельность в сфере социального предпринимательства [7].

Среди предпосылок становления и развития социального предпринимательства в России можно назвать следующие тенденции:

– большое число социальных проблем, особенно усугубившихся в постпандемийные годы (проблемы бедности, безработицы, социального неравенства, низкого качества жизни), а также неспособность их преодоления посредством традиционных методов проведения государственной социальной политики;

– усиление социальной дифференциации как внутри Российской Федерации, так и между различными странами мирового сообщества;

– устойчивый рост количества некоммерческих организаций и объединений (ассоциаций, союзов), что влечет усиление конкурентной борьбы в данном секторе экономики за дополнительное финансирование (субсидии, гранты, пожертвования);

– параллельное сосуществование рыночных и нерыночных механизмов государственного регулирования социальной сферы;

– перевод большей части общественных услуг в коммерческую плоскость (образование, здравоохранение, строительство и содержание дорог), что порождает конкуренцию между коммерческими и некоммерческими структурами.

В ближайшей перспективе развитие социализации предпринимательства в России может пойти по двум сценариям:

- 1) инерционный путь развития (неэффективный или малоэффективный);
- 2) модернизационный путь развития (эффективный).

Каждый из сценариев учитывает предыдущий опыт развития СП, но ключевой характеристикой при этом остается степень и формы участия органов государственной власти в развитии социально ответственных практик. В рамках инерционного пути развития сохраняется ориентация на самостоятельное и

индивидуальное решение хозяйствующими субъектами социально-значимых проблем, что обуславливает низкую вероятность институционализации практики КСО и СП. Модернизационный» сценарий основан на тезисе, что основы для развития социализации предпринимательства в России заложены некоммерческим сектором, который в настоящий момент нуждается в регулирующей роли государства и укреплении своих позиций в рыночной среде, неизбежно предопределяя трансформацию бизнеса как социально ответственного актора [122, с. 40-41].

По мнению экспертов некоммерческой организации «Наше будущее»: «если ваш проект решает какую-либо социальную проблему, является самокупаемым и финансово-устойчивым бизнесом, подлежит тиражированию на территории РФ и содержит инновационную составляющую, значит, он относится к социальному предпринимательству» [107; 271].

Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» создан в 2007 году по инициативе В.Ю. Алекперова (президент ОАО «ЛУКОЙЛ» до апреля 2022 года) с целью развития социального предпринимательства на территории России, финансируется за счёт частных средств основателя. Выявление и поддержка социальных предпринимателей осуществляется главным образом всероссийским конкурсом проектов «Социальный предприниматель», в рамках которого оцениваются бизнес-планы, нацеленные на решение актуальных социальных проблем [27, с. 120].

Практики социального бизнеса по отдельным регионам России представлены на официальном сайте «Наше будущее» (Таблица 21). Стоит отметить, что традиционно присутствие социального предпринимательства в регионах находит свое отражение в таких сферах как образование, индустрия спорта и досуга, здравоохранение, социальная помощь пожилым людям и лицам с ограниченными возможностями здоровья. В меньшей степени региональный бизнес социально настроен в направлении экологии, переработки вторичного сырья, туризма.

Таблица 21 – Примеры проектов в сфере социального предпринимательства (число проектов) (составлено по [31; 268])

Регион / Направления проектов (2019 год)	Образование	Производство товаров	Спорт и отдых	Здравоохранение	Туризм	Экология	Уход за пожилыми и тяжелобольными полями инвалидами	Культура и искусство	Обработка вторичного сырья	Иные направления проектов*
Москва и Московская область	6	14	6	4	2	2	12	6	-	15
Санкт-Петербург и Ленинградская область	3	3	4	2	1	2	4	1	-	7
Ханты-Мансийский АО	16	-	6	2	-	-	8	-	-	1
Республика Бошкортостан	2	-	1	2	-	1	8	-	1	3
Пермский край	5	2	1	2	-	-	1	-	1	6
Свердловская область	-	3	2	2	1	-	2	1	-	1
Вологодская область	3	-	3	2	-	-	3	-	1	4
Красноярский край	4	2	4	-	-	-	-	-	-	1
Архангельская область	1	1	1	-	-	-	2	2	-	3
Калининградская область	1	-	1	2	1	-	3	-	-	3
Республика Татарстан	2	1	3	-	1	-	-	2	-	4
Курская область	-	-	2	1	-	-	-	-	-	2
Ростовская область	-	-	-	2	-	-	1	1	-	2

*к иным направлениям социальных проектов относятся: профилактика социально-опасных, общественно-ориентированных форм поведения граждан; интернет и IT-проекты; профориентация и трудоустройство; психолого-юридическая поддержка населения; медиа и event-проекты; благотворительные фонды, общественные организации, добровольные объединения; ремонт средств технической реабилитации, детских колясок, велосипедов; проекты в сфере сельского хозяйства

В практике отечественного социализированного предпринимательства существуют примеры как общероссийских и межрегиональных, так и международных бизнес-проектов: «Ubuntu Mail» (образовательная программа, направленная на развитие социальной ответственности и межкультурного взаимодействия среди детей и подростков), «Altourism» (проект о путешествиях по России с социальными активностями – облагораживание города, тушение лесных пожаров, восстановление памятников истории и архитектуры и т.д.), «ОРТО-ЛЮКС» (изготовление индивидуальных ортопедических изделий для нижних конечностей), «WorkOut» (фитнес-движение на уличных спортивных

площадках), «Сема» (сеть детских развивающих центров), «Без Границ» (создание функциональной и элегантной одежды для людей с инвалидностью) и мн. др.

В декабре 2011 года в НИУ «Высшая школа экономики» открыт «Центр социального предпринимательства и социальных инноваций», в «Ассоциацию центров инноваций социальной сферы» которых сегодня входят более 23 регионов РФ. Среди задач Центра основными являются проведение научных исследований и консалтинг в области социального предпринимательства, социальных инноваций и социальной экономики, изучение и обобщение российского и мирового опыта лучших практик социального предпринимательства, а также в смежных с ним сферах. Одним из ключевых достижений Центра является обобщение мирового и российского опыта социального предпринимательства, в связи с чем выпущена монография «Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования» [243].

Авторами монографии изучены примеры (истории) из российской практики социального предприятия, позволившие сделать вывод: модель социального предприятия от момента замысла до его реализации переживает несколько этапов. Первоначально идея может быть сформирована исходя из субъективных предпочтений потенциального социального предпринимателя, по принципу – «то, что нравится» (например, в монографии – заниматься лошадьми). Далее, приходит понимание того, что воплощение субъективного увлечения требует выявления и решения задач, сопутствующих реализации увлечения. В данный момент увлечение трансформируется в идею, требующую привлечения дополнительных ресурсов. В процессе постепенной реализации вышеуказанной задачи на коммерческой основе инициатор ощущает необходимость предоставления бесплатных услуг для отдельных категорий граждан – инвалидов и лиц с ОВЗ. Так, возникает социальная услуга, объем которой повышается с ростом поголовья лошадей, а сама помощь – приобретает осознанный и целенаправленный характер. Инициатор, увлекшись данной социальной идеей, с целью повышения качества и надежности услуг проходит курсы для иппотерапевтов и тренеров, и переходит в статус руководителя. Социальное предприятие «обрастает» штатом

работников и волонтеров, привлекает пожертвования [243, с. 162]. Однако, даже в случае успешной реализации модели социального предприятия, нет полного ответа на вопрос – любую бизнес-модель можно отнести к социальному предпринимательству?

Чаще всего, реализуя модель социального предпринимательства, нельзя заранее предусмотреть и запланировать бизнес-стратегию в рамках принятого бизнес-плана. Положительным аспектом идеи, представленной в примере выше, можно отметить тот факт, что действия социального предпринимателя в рамках и под воздействием субъективного желания имеют больше шансов на достижение результата без значительных потерь, нежели заранее предусмотренные мероприятия в рамках бизнес-модели. Постепенное продвижение к заявленной цели открывает возможность для уточнения бизнес-стратегии на любом из ее этапов, значительно снижая крупномасштабные риски [109; 290]. Подобный тип предпринимательской стратегии особенно результативен в условиях острого недостатка ресурсов и неопределенности, в равной степени характерных для начала нового бизнеса и социального предпринимательства [243, с. 164].

Еще один важный тезис коллектива авторов в монографии «Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования» заключается в том, что решение даже социальной проблемы в форме социального предпринимательства не может быть реализовано без глубокого знания предмета деятельности – как проблем целевой группы, так и средств, предполагаемых для ее решения [243, с. 166].

На вопрос о том, способно ли социальное предпринимательство разрешить любые социально значимые проблемы, однозначного ответа нет. Однако уже сейчас можно сказать, что социальный предприниматель внедряется в сферы, где граничат разные институциональные среды [243, с. 210], которые, накладываясь одна на друга, порождают как факторы развития социального бизнеса, так и ограничения. Отсюда – неизбежно формируется новое «поле» для функционирования социально-ориентированного бизнеса, использующего как отдельные практики социальной ответственности (КСО), так и ставящего своей

целью решение социально значимых задач (СП). Взаимодействуя друг с другом в рамках данного «поля», социально-ориентированные экономические субъекты трансформируют «правила игры» (среду функционирования) под решение социальных задач, стоящих перед обществом, неизбежно вовлекая в данный процесс и государство. Поэтому, актуальным при изучении вопроса интенсификации социализации бизнес-среды в России является опыт взаимодействия социально-ориентированных предпринимателей с органами государственной власти в регионах, включение социальных предприятий в действующую институциональную систему.

Однородность заданных государством правил в бюджетных организациях распространяется и на их партнеров. В иностранной литературе данный факт обозначается как «институциональный изоморфизм» [309] и вытекает из жесткой субординации и тесного взаимодействия бюджетных организаций с государством в условиях профессиональных стандартов. Встраивание в систему институтов и взаимоотношений с органами власти неизбежно сопровождается поиском партнеров и «помощи», которую они могут оказать, поскольку на своем старте социальные предприятия особо нуждаются в различных формах поддержки – профессиональной и финансовой.

Так, в монографии «Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования» выделены следующие модели встраивания социальных предприятий в институциональную среду:

– «своя игра» на поле государства, предполагающая активное взаимодействие и кооперацию с государственными службами, бюджетными организациями, принятие ими новых форм работы и новаторских решений;

– «рыночный изоляционизм» как дистанцирование от государственных структур и организаций за счет реализации преимущественно рыночных механизмов поддержания партнерской и клиентской сети, самокупаемости;

– «нерыночный изоляционизм» как отказ от активной поддержки государственных структур в пользу неформальных отношений при минимальном использовании рыночных сделок (обмен дарами, деятельность волонтеров и т.п.);

– отказ от социального предпринимательства (реализация проекта в усеченном виде) посредством встраивания идеи в формат бюджетной организации [243, с. 236-237].

Авторами отмечено, что вышеперечисленные модели преобладают в российской практике социально-ориентированного бизнеса как самостоятельные формы взаимодействия государства и СП, так и в смешанном формате. В целом, можно согласиться с тезисом, что социальный бизнес не может ориентироваться только на административные принципы. Необходимы гибкие, заранее не алгоритмизированные подходы.

В обсуждении проблем развития социально-ориентированного бизнеса в современной России явный акцент делается на практических методах, технологиях и формах его ведения при отсутствии целостной теории социального предпринимательства [156, с. 33]. Однако, теоретический аспект не менее важен с точки зрения изучения действующих моделей социально-ориентированного предпринимательства, их сходств и различий, эффективности и механизмов их функционирования, соотношения рамок социального предпринимательства, социально-экономической благотворительности, видов предпринимательской деятельности с корпоративным типом социальной ответственности.

По мнению автора, интенсификация социализации предпринимательства в современной России заключается в эволюционировании самих предпринимательских структур от чисто коммерческого бизнеса до социального бизнеса, измеряющего сегодня свою успешность с точки зрения решения социальных проблем. Произошла трансформация как форм участия бизнеса в социальной сфере – от частных случаев проявления филантропии и благотворительности до современных практик социально ответственного поведения, так и бизнес-подходов к решению социально значимых проблем общества. А именно, различные проявления социализации бизнеса носят не фрагментарный (например, отдельные практики КСО), а системный характер, становятся его миссией, неизбежно обуславливая социализацию среды функционирования предпринимательства (Рисунок 23).

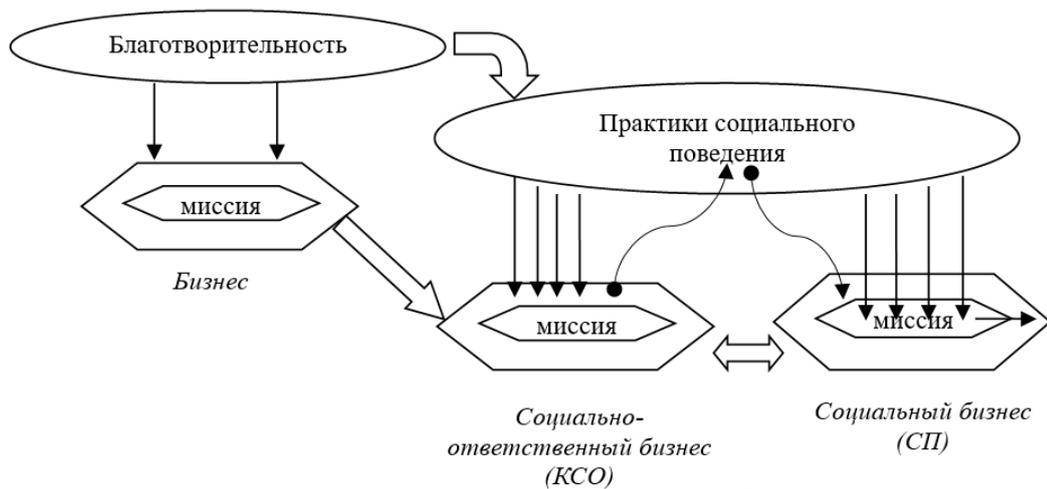


Рисунок 23 – Интенсификация социализации предпринимательских структур

В этой связи постановка вопроса о роли социально-ориентированного бизнеса в жизни общества, исследование моделей «встраивания» в действующие бюджетные структуры или поиск новых форм институционализации социальных предприятий является особо актуальным.

Учитывая вышеизложенное, автором отмечено, что импульсом для развития практик социально-ориентированного поведения хозяйствующих субъектов в России становится все более ясное восприятие процесса социализации как драйвера развития гражданского общества, основанного на принципах доверия к бизнесу, баланса частных и общественных интересов. В современных условиях хозяйствования, характерных для гуманистического развития экономических отношений, достижение устойчивого экономического роста и благосостояния населения, создание условий для социальной стабильности, решение общественно-значимых проблем посредством разработки и внедрения инструментов для эффективного согласования действий социализированных форм предпринимательства, власти и общества являются наиболее актуальными предпосылками. Между тем, осознание хозяйствующими субъектами необходимости сближения интересов недостижимо без формирования новых механизмов их взаимодействия, основанных на политической и социальной стабильности.

ГЛАВА 4 СУБЪЕКТНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КАК ИНСТИТУТ СБЛИЖЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И ЧАСТНЫХ ИНТЕРЕСОВ

4.1 Научно-методические основы формирования механизма взаимодействия властных и предпринимательских структур в условиях их социализации

Трансформация вектора деятельности бизнеса от разовой коммерческой выгоды на получение стабильного дохода в условиях роста его социального интереса обусловили поиск инструментов и новых механизмов сотрудничества власти и предпринимательских структур. Оставаясь в рамках приоритетного направления развития отечественной экономики (в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, в Концепции развития государственно-частного партнерства в России до 2020 года), на современном этапе интеграция институциональных и производственных ресурсов государства и бизнеса является объективной необходимостью для достижения задач, поставленных в рамках прогноза долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2030 года. Механизмы государственно-частного партнерства (ГЧП) способствуют не только развитию элементов инфраструктуры, повышая эффективность управления и регулирования объектов собственности, но и снижению зависимости бизнеса от дефицитных средств бюджета, являясь значимым фактором интенсификации предпринимательской активности, особенно в общественно значимых сферах экономики.

Становление отношений государства и бизнеса в качестве партнеров берет свое начало в 1919 году в Международной организации труда в рамках Версальского мирного договора. основополагающая идея – привлечь власти и бизнес к социальному диалогу с целью решения социально-экономических задач на демократической основе.

Согласно Уставу, создание Международной организации труда было обусловлено следующими причинами:

1. Политическая. Начало XX века во многих европейских странах, в том числе и России, охарактеризовано высоким уровнем революционной активности населения, классовой борьбой за власть и перераспределение ресурсов. Высокий уровень расслоения общества выступал фактором, тормозящим социальный прогресс и стимулирование деловой активности с целью роста качества жизни населения стран. Создание Международной организации труда способствовало разрешению возникающих общественных конфликтов и проблем посредством мирных преобразований.

2. Социальная. Низкий уровень социальной защиты населения в исследуемый период (первая половина XX века), а зачастую и полное отсутствие каких-либо социальных гарантий на фоне активного экономического развития вследствие научно-технического прогресса оказали свое негативное влияние на условия жизни и труда населения европейских стран неизбежно вызывало рост не только политической, но и социальной и нестабильности.

3. Экономическая. Непримируемая «гонка» стран Европы и США за мировое экономическое господство неизбежно сопровождалась как нерациональным использованием ресурсов, в том числе не возобновляемых, увеличением издержек производства и себестоимости продукции, так и обострением ситуации в области трудовых отношений.

В Уставе Международной организации труда подчеркивается, что «непредоставление какой-либо страной трудящимся человеческих условий труда является препятствием для других народов, желающих улучшить положение трудящихся в своих странах» [12].

Таким образом, можно заключить, что государственно-частное партнерство исторически признается важнейшим принципом в процессе становления и развития социально-ориентированной экономики в странах мира, а также неотъемлемым атрибутом при построении современного гражданского общества.

В России вступивший в силу с 2015 года закон №224-ФЗ «О государственно-

частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» устанавливает исчерпывающий перечень требований к сторонам и объектам соглашения о государственно-частном партнерстве в России, преодолевая неопределенность в обозначении не только круга социально значимых объектов исследования, но и перечня юридических лиц, выступающих в качестве частных партнеров.

Для повышения эффективности механизма государственно-частного партнерства в отечественной экономике чрезвычайно важны действия менеджмента партнеров, входящих в его состав. Однако, российские реалии таковы, что большинство руководителей фирм, участвующих в партнерстве, не достаточно в нем заинтересованы, справедливо предполагая ситуацию доминирования одной из сторон, а именно – государства, которое сохраняет свои властные полномочия даже в условиях вступления в гражданско-правовые отношения, основанные на партнерстве. Несмотря на это, современная практика партнерских отношений государства и бизнеса активно смещается в социально значимую сферу, актуализируя противоречия и проблемы их взаимодействия.

С одной стороны, социально значимая сфера в течение десятилетий являвшийся объектом контроля государства, до сих пор испытывает недостаток в современных передовых методах управления, позволяющих эффективно решать общественно значимые задачи посредством использования как управленческого, так и бюджетного потенциала. Кроме того, специфика объекта партнерства усиливает необходимость и многоплановость государственного регулирования, предопределяя низкий уровень заинтересованности бизнеса в реализации социально значимых государственно-частных проектов.

С другой стороны, сегодня у бизнеса появляется возможность освоить ранее недоступные рынки, создать условия для стабильного долгосрочного развития при активном участии органов власти. Так, усиливая свое воздействие на социально значимую сферу, появляются новые формы бизнеса (например, социальное предпринимательство) как способ экономической деятельности, при котором

социальный эффект является заранее запланированным и ожидаемым результатом, а предпринимательское новаторство может быть реализовано путем использования новой идеи или новой комбинации ресурсов для решения конкретной общественно значимой проблемы (см. Главу 3.3).

В Российской Федерации по данным электронной Единой информационной системы государственно-частного партнерства (ЕИС ГЧП) в отраслях социальной сферы в 2017 году было представлено 215 проектов ГЧП [200], В 2018 году – 420 проектов. Практически все реализуемые социальные проекты финансировались из муниципального и регионального бюджетов (Таблица 22).

Таблица 22 – Проекты ГЧП в социальной сфере по уровню реализации, РФ

Уровень	Проекты в соц. сфере, всего		Образование		Здравоохранение		Социальное обслуживание		Культура, досуг, туризм и реставрация ОКН		Спорт	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
федеральный	1	1	-	1	1	3	-	-	-	-	-	-
региональный	107	171	13	11	67	85	4	10	9	50	14	15
муниципальный	107	245	46	78	9	32	23	29	20	90	9	16

Лидером в отраслевом разрезе является сфера здравоохранения, которая представлена 77 проектами в 2017 году. Для 2018 года характерно преобладание государственно-частных проектов в культуре, досуге, туризме и реставрации объектов культурного наследия (ОКН) – 140 проектов.

Для проектов ГЧП, как и для любых экономических договоренностей и соглашений, выделяются этапы их реализации: преинвестиционный, инвестиционный, эксплуатационный, проектирования, отбора частного партнера и подписание соглашения. Наибольшее количество проектов в 2018 году находилось на инвестиционном (135 проектов) и эксплуатационном (157 проектов) этапе (Таблица 23) [166, с. 88].

Визуализация многоаспектности и взаимной обусловленности действий

экономических субъектов в процессе организации партнерских отношений позволяет охарактеризовать взаимодействие властных и предпринимательских структур в различной степени выражения как интереса бизнеса, так и стремления государства к расширению круга субъектов социальной политики посредством передачи части своих обязательств в решении социально значимых проблем общества.

Таблица 23 – Проекты ГЧП в социальной сфере по этапам реализации в РФ

Этапы реализации	Проекты в соц. сфере, всего		Образование		Здравоохранение		Социальное обслуживание		Культура, досуг, туризм и реставрация ОКН		Спорт	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Преинвестиционный	8	24	-	3	2	11	3	1	1	4	2	5
Инвестиционный	-	135	-	43	-	24	-	11	-	48	-	9
Эксплуатационный	63	157	11	24	26	61	10	22	9	39	7	11
Создание (реконструкция/строительство)	45	-	17	-	15	-	3	-	4	-	6	-
Проектирование	19	-	3	-	7	-	4	-	3	-	2	-
Коммерческое закрытие (подписание соглашения)	19	-	18	-	1	-	-	-	-	-	-	-
Отбор частного партнера и подписание соглашения	-	28	-	3	-	15	-	5	-	-	1	5
Другие	6	76	-	17	3	9	3	-	-	49	-	1
Нет данных	55	-	10	-	23	-	4	-	12	-	5	-

В результате модель поведения частного бизнеса в его отношениях с государственной властью в большей мере зависит от «ширины», «глубины» государственного регулирования и степени заинтересованности предпринимательских структур в социально значимых государственно-частных проектах, что в свою очередь и предопределяет характер данного взаимодействия (Рисунок 24).

Государственное регулирование	Г Л У Б И Н А	Инертное взаимодействие	Прогрессивное взаимодействие
	Ш И Р И Н А	Затухающее взаимодействие	Адаптационное взаимодействие
		НИЗКАЯ	ВЫСОКАЯ
Степень заинтересованности бизнеса			

Рисунок 24 – Характер взаимодействия власти и бизнеса в форме государственно-частного партнерства

Затухающее взаимодействие между участниками проекта охарактеризовано преобладанием прямых методов государственного регулирования («ширина» воздействия) в сочетании с отсутствием у бизнеса стимулов к собственному развитию. Характерно для предпринимательства, представляющего собой постсоветские предприятия, приватизированные в период перехода к рынку, традиционно предоставлявшие социально значимые услуги и функционирующие за счет механизма полного государственного дотирования.

Инертное взаимодействие власти и бизнеса является, скорее, вынужденным и сохраняется в течение ограниченного периода времени под косвенным воздействием условий, определяемых государством («глубина»), например, в виде компенсации выпадающих доходов бизнеса от осуществления социально значимой деятельности. Рано или поздно недостаточно высокая степень экономического интереса, зачастую обусловленная низким уровнем доходности бизнеса и ограниченностью бюджетных источников финансирования, приводит к распаду совместных проектов, что неизбежно приводит к снижению доступности населения к социально значимым благам.

Адаптационное взаимодействие как добровольная, но наиболее краткосрочная форма партнерских отношений между государством и бизнесом в условиях использования преимущественно традиционных инструментов государственного регулирования. Участие предпринимательских структур в решении проблем, стоящих перед обществом, ограничивается разовыми низкобюджетными социальными проектами, целью которых зачастую является не повышение качества жизни населения, а формирование социально положительного имиджа и повышение репутации бизнеса.

Прогрессивное взаимодействие – добровольное и стратегическое сотрудничество органов власти и предпринимательских структур, интегрирующихся между собой в институционально оформленные союзы и объединения, получившие возможность участия в разработке законопроектов и политических решений. При этом экономические акторы стремятся приумножить свой собственный капитал, под которым понимается не только финансовый результат деятельности, но и в целом социальный капитал, имеющий в своей основе высокий уровень доверия и репутацию. Таким образом, трансформируется долгосрочная целевая функция корпорации – от максимизации прибыли к стабильному функционированию и развитию. Также изменяется и роль государства во взаимодействии, выступающего теперь в качестве субъекта, заинтересованного в росте экономической силы партнера с целью наиболее эффективного решения важнейших социальных проблем.

Автором подчеркивается, что влияние государства на среду функционирования бизнеса не подвергается сомнению, так как изначально является институциональной основой ее формирования. Тем не менее, необходимо отметить, что государство является инициатором и наиболее заинтересованным субъектом в любых из вышеуказанных формах взаимоотношений, так как законно признано единственным гарантом создания условий для обеспечения высокого уровня и качества жизни населения страны.

Решение проблемы поиска новых форм и разработки механизма взаимодействия органов власти и хозяйствующих субъектов, актуализированная в

свою очередь необходимостью включением бизнеса в решение социально значимых задач, направлено на снижение бюджетной «зависимости», повышение эффективности ресурсов и качества предоставляемых населению благ с целью достижения социальной стабильности и устойчивости экономического развития региона в целом. Подобный механизм может быть основан на принципах государственно-частного партнерства власти и бизнеса, получившего за последние два года широкое распространение в отдельных отраслях производственной инфраструктуры регионов России (вложение частных инвестиций в энергетику, транспорт, строительство, водоснабжение, городское благоустройство и многие другие), однако в социальной сфере он находится на стадии своего зарождения.

Как автором было отмечено выше, современное понимание государственно-частного партнерства базируется на эффективном построении альянса между официальной властью и как отдельными, обособленно функционирующими предпринимательскими структурами, так и их объединениями, выполняющими функции координатора социальных вложений бизнеса наравне с государством. Процесс формирования партнерских отношений власти и бизнеса (в том числе интегрированных бизнес-структур) происходит в несколько этапов, каждый из которых обусловлен трансформацией целеполагания и мотивов их деятельности.

Эволюция отношений государства и экономических акторов при решении социально значимых задач рассмотрена автором в двух плоскостях: «власть-бизнес», пространство которой сужается по мере сближения и усиления тесноты взаимодействия государственных и предпринимательских структур; в координатах «бизнес-бизнес», образующих в итоге область для формирования производственного альянса в данной сфере, определяющего в дальнейшем характер взаимоотношений с государством. Исследуя поведенческие сценарии, сложившиеся в региональной практике государственного управления и хозяйствования в период с 90-х годов XX века по настоящее время, автором определены основные тенденции трансформационных процессов от антагонизма до синергии, основанной на интеграции целей и мотивов деятельности каждого из

участников процесса взаимодействия (Рисунок 25).



Рисунок 25 – Тенденции трансформационных процессов взаимодействия власти и бизнеса

В координатах «власть-бизнес» взаимоотношения между хозяйствующими субъектами эволюционируют от антагонизма до синергии, проходя стадию, которую автор называет солидарностью. В координатах – «бизнес-бизнес» экономические акторы преодолевают соперничество и конкуренцию, выходя на необходимость интеграции.

Таким образом, взаимодействие субъектов в форме партнерства в пространстве «власть-бизнес», «бизнес-бизнес» претерпевает следующие свои этапы:

1. «Антагонизм-Соперничество» характерны для периода активных приватизационных процессов в транзитивной экономике. Например, модель свободного рынка привела к чрезмерной коммерциализации социально значимых благ (услуг), а именно – функционированию большого количества индивидуальных предпринимателей (ИЧП), дезинтегрированных экономически и отдаленных друг от друга в результате соперничества за более выгодные условия производственной деятельности и личное экономическое благополучие. Индифферентность предпринимательства в решении проблем, значимых для

общества, в итоге приводит к антагонизму взаимоотношений органов государственной власти и бизнеса, затрудняя при этом достижение целей социально-экономического развития на территории присутствия за счет нивелирования положительного эффекта от совместных действий хозяйствующих субъектов.

2. «Солидарность-Конкуренция» соответствуют периоду стремительных структурных и институциональных преобразований в посттранзитивной экономике. Повсеместно, в отраслях народного хозяйства, особенно инфраструктурного обеспечения экономики, формировались правовые и организационно-управленческие механизмы федерального и регионального уровней (модели регулируемых рынков на принципах лицензирования и сертификации, концепции и программы развития, подпрограммы и т.п.), сочетающие в себе административные и экономические рычаги управления. Реальным фактором, стимулирующим развитие социально значимой деятельности в регионах становится конкуренция между экономическими акторами как внутри самой отрасли (сферы экономики), так и с поставщиками различных видов благ. Новая институционально организованная и закрепленная форма соперничества (например, на основе заключения государственных контрактов) порождает единство производителей в достижении цели – предоставление качественных благ, и направлена на понимание необходимости взаимодействия власти и бизнеса при решении социально значимых проблем, стоящих перед обществом. Несмотря на общность интересов и единство целеполагания, действия экономических субъектов по реализации поставленных задач до сих пор разрознены. Государство, руководствуясь мотивом наиболее эффективного выполнения своих социальных функций в условиях возрастающей роли дефицитных ресурсов бюджета, выстраивает дополнительные барьеры, дезорганизующие не только эффективное взаимодействие экономических субъектов между собой, но и не позволяющие в полной мере преодолеть неопределенность взаимоотношений между властью и бизнесом.

3. «Синергия-Интеграция» как результат эффективного взаимодействия

властных структур и бизнес-сообщества в сфере решения социально значимых задач, основанного на партнерских отношениях. Интеграция хозяйствующих субъектов в региональные бизнес-сообщества позволяет достичь положительного эффекта масштаба от совместной социальной и экономической деятельности, превосходя индивидуальные заслуги каждого актора. Кроме того, интегрированным формам бизнеса помимо возможности оказания влияния на хозяйственные процессы в рамках своей деятельности открываются возможности для участия в формировании политической повестки в регионе. В свою очередь, власти заинтересованы в расширении области применения предпринимательского подхода и построении эффективно функционирующих бизнес-альянсов. От того, насколько эффективно выстроено взаимодействие властных структур и предпринимательских структур (бизнес-сообщества), будет зависеть получение экономического и социального эффекта от реализации любого общественно значимого проекта. Между тем, «успешность» социально значимого проекта измеряется: со стороны населения – возможностью получения доступных и качественных услуг; со стороны предпринимательского сообщества – повышением уровнем доверия общества и, как следствие, долгосрочным функционированием и развитием; органов государственной власти – перспективами дальнейшего взаимодействия, формируя базис для инвестиционных бизнес-вложений в социальную сферу на фоне имеющихся бюджетных ограничений с целью повышения устойчивости экономического развития и социальной стабильности региона.

Построенная система взаимоотношений позволяет автору сделать следующие выводы: с одной стороны, на бизнес и бизнес-сообщество возлагается решение задач публичной власти, что позволяет им считать отношения с органами власти равноправными, а для власти – повысить уровень доверия населения, бизнеса, оставаясь при этом законодателем принципов и условий институциональной среды; с другой – «ширина» государственного воздействия как преобладание прямых методов регулирования не подвергается сомнению, а механизмы поддержки бизнеса («глубина») нуждаются в корректировке с целью

выявления зон согласования интересов экономических субъектов в решении общественно значимых задач.

Представленная научно-методическая основа взаимодействия экономических субъектов и властных структур направлена не только на увеличение числа финансово независимых акторов и их объединений, но и на трансформацию самих государственных институтов, которые становятся активными участниками рыночных отношений, взаимодействуя, а иногда и конкурируя с бизнес-сообществом, передавая ему все больше функций даже в тех отраслях, за которые ранее традиционно несли единоличную ответственность.

Подобная модернизация современных социально-экономических отношений на фоне перераспределения сфер ответственности в процессе воспроизводства неизбежно повлияли на формирование механизма взаимодействия органов государственной власти и бизнес-структур в форме двухстороннего партнерства, а также его дальнейшее развитие, обуславливая сложность и многогранность их отношений в исследуемой сфере.

4.2 Методика выявления факторов и полей субъектного взаимодействия

С целью практического анализа примеров в части практик партнерства властных и предпринимательских структур в различных субъектах Российской Федерации автором приводятся аналитические данные официально опубликованного рейтинга российских регионов по уровню развития государственно-частного партнерства (Приложение Д). Рейтинг выстроен на основе приведенного значения показателя «уровень развития сферы государственно-частного партнерства в субъекте Российской Федерации», в соответствии с методикой, утвержденной Минэкономразвития России от 14.05.2014 №266. В свою очередь, данный показатель является итогом значений оценки факторов, его составляющих, а именно:

- развитие институциональной среды в сфере государственно-частного

партнерства;

- нормативно-правовое обеспечение сферы государственно-частного партнерства;

- опыт реализации проектов государственно-частного партнерства.

Проводя анализ методик расчета уровня развития государственно-частного партнерства, предложенных отечественными и зарубежными учеными современности, следует выделить несколько дополнительных показателей, предлагаемых авторами (см. работы В.Г. Варнавского [59], Ж.А. Захаровой [109], И.А. Иродовой [119], М.В. Кивариной [124], С.Г. Медянцева [166], О.С. Петровой [197], А.Н. Саврукова [227], Г.Л. Тульчинского [260], В.И. Шубиной [290] и др.) к исследованию и применению:

- человеческий потенциал территории, характеризующийся уровнем экономической активности населения;

- инвестиционная привлекательность региона для потенциальных инвесторов проектов государственно-частного партнерства как совокупность детерминант, предопределяющих риск и эффективность капиталовложений на территории присутствия;

- место, занимаемое субъектом Российской Федерации по показателям социально-экономического развития.

Необходимо отметить значимость и актуальность механизмов, моделей и методик ГЧП, описанных в современной научной литературе. Несмотря на широкое освещение данной тематики, на практике потенциальные участники взаимодействия, основанного на принципах ГЧП, сталкиваются с рядом проблем и сдерживающих факторов, среди которых следует выделить: отсутствие единого понимания термина «государственно-частное партнерство», «дефицит» локальных законодательных актов, регулирующих государственно-частное партнерство в регионах; неоднородность характера государственно-частных проектов, что предполагает фрагментарный подход к анализу эффективности подобных механизмов взаимодействия.

Данные противоречия с научной точки зрения не позволяют в полной мере

оценить эффективность государственно-частного взаимодействия в регионах, выработать направления его совершенствования, идентифицировать критерии и показатели, характерные для любой территории присутствия.

Во многом построение эффективного механизма реализации государственно-частных проектов лежит в диапазоне заинтересованности потенциальных партнеров. Это объясняется не только экономическим интересом, но и сугубо социальным.

Как подчеркивается автором в п. 4.1 диссертации, государство, являясь инициатором и наиболее заинтересованным субъектом в любых формах взаимоотношений, признается единственным гарантом обеспечения высокого уровня и качества жизни населения страны. Бизнес, стремящийся приумножить свой собственный капитал (не только финансовый результат деятельности, но и социальный), трансформирует долгосрочную целевую функцию – от максимизации прибыли к стабильному своему функционированию и развитию.

Механизм взаимодействия власти и бизнеса сегодня отвечает следующим целевым установкам:

- необходимо построение методики, которая может использоваться при оценке эффективности взаимодействия предприятий, организаций и учреждений различной организационно-правовой формы, профиля и масштабов деятельности, формы собственности и территории присутствия, а также должна быть унифицированной для различных административно-территориальных уровней;

- оценка взаимодействия властных и предпринимательских структур должна базироваться на анализе не только количественных параметров взаимодействия, но и качественных характеристик;

- должны идентифицироваться не только воздействие власти на бизнес, бизнеса на власть, но и роль общества как полноценного субъекта социально-экономических отношений, предопределяя многосторонний формат взаимодействия;

- методика должна иметь прогностические возможности, возможность адаптации к изменяющимся условиям.

Изучение российского опыта и практики реализации взаимоотношений государства и бизнеса (на примере социально значимых услуг) позволило автору сформировать пошаговый алгоритм организации взаимодействия государства и бизнеса (субъектного взаимодействия) (Рисунок 26) в настоящих условиях.

Шаг 1. Интерес власти к взаимодействию.

Этап представляет собой последовательность действий органов власти, направленных на определение направлений и ключевых параметров взаимодействия, а также выявление и идентификацию компаний – потенциальных участников соглашения в общественно значимой услуговой деятельности с целью воздействия на процессы социально-экономического развития в регионе. Автором отмечено, что решение власти о предполагаемом взаимодействии принимается в соответствии с действующими нормами права и системой законодательства («правила игры»), формирующие в итоге институциональную среду.

Шаг 2. Интерес власти к участнику(ам) взаимодействия.

Данный шаг как «сигнал» от власти к бизнесу о возможности взаимодействия посредством огласки институциональных условий потенциального соглашения.

Шаг указывает на необходимость исследования локальной среды бизнеса, под которой автором понимается комплекс как факторов отраслевого и регионального воздействия, так и собственных источников функционирования бизнеса, в совокупности структурирующий поведение экономических субъектов на территории присутствия, корректировка которого возможна с целью вовлечения бизнеса в среду функционирования, повышения его интереса к общественно значимым проблемам. В результате реализации данного шага предприниматель вырабатывает собственное представление о среде взаимодействия.

Шаг 3. Интерес бизнеса к среде взаимодействия.

Предполагается оценка возможностей подобного взаимодействия акторов в заданных условиях институциональной и локальной среды, что, в конечном счете, предопределяет наличие или отсутствие стимулов для участия бизнеса в

социально значимом соглашении, формируя базис или проблемное поле для построения эффективного механизма взаимодействия властных и предпринимательских структур, основанного на согласовании интересов.

Шаг 4. Решение бизнеса о взаимодействии.

Шаг направлен на подведение итогов взаимоотношений, а также выработку мер по дальнейшему сотрудничеству, успешная реализация которого делает возможным переход от практики ожидания бюджетных денег к формированию устойчивых бизнес-структур, а именно позволит: бизнесу добиться нетипичного для него в других сферах деятельности социального эффекта наряду с достижением иных целей, лежащих в плоскости социально ответственного бизнеса на территории присутствия (стабильность развития, инвестиции, инновации); государству – эффективно решить задачу доступности и обеспеченности населения услугами социально значимого характера при одновременном развитии институтов частной собственности и предпринимательской инициативы в условиях недостатка бюджетного финансирования. Если последствия реализации сотрудничества властных и предпринимательских структур на данном этапе оцениваются как отрицательные (ненадлежащее качество услуг, нарушение участниками партнерства условий договора и т.п.) по причинам, зависящим или не зависящим от сторон соглашения, то необходимо вернуться к шагу 1 (институциональной среде).

В рамках шага 1 предложенного автором алгоритма формируется институциональный фундамент взаимодействия власти и бизнеса. Параллельно необходимо проводить отбор ключевых институтов и параметров взаимодействия, определяющих в дальнейшем важнейшие аспекты соглашения (контракта). Взаимодействие будет успешным только в том случае, если в его основе лежат принципы ответственности и равноправия всех взаимодействующих сторон, что является необходимой предпосылкой для эффективного принятия решений и соблюдения баланса интересов участников. В этой связи шаг 2 позволяет бизнесу оценить собственные внутренние источники и резервы для предполагаемого взаимодействия.

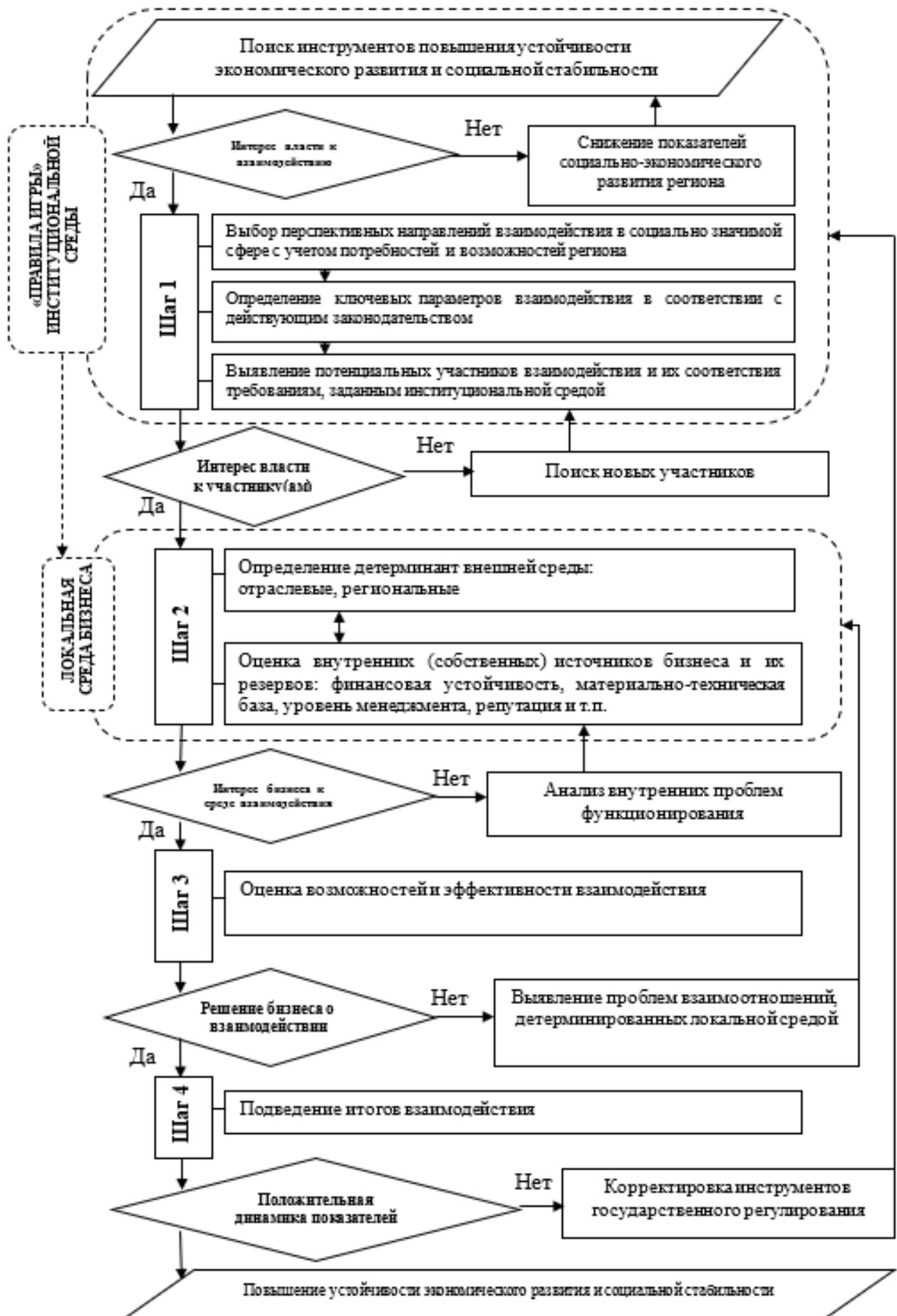


Рисунок 26 – Пошаговый алгоритм построения субъектного взаимодействия

Шаг 3 возможен при условии, что учтен интерес всех участников – как при принятии решения власти о взаимодействии, так и решения бизнеса. Поэтому, с научной точки зрения актуальным является поиск механизма оценки интересов в рамках субъектного взаимодействия, под которым автором понимается трехстороннее взаимодействие, опосредованное локальной и институциональной средой с целью достижения социального эффекта для общества.

Подобным механизмом может явиться методика выявления факторов и полей субъектного взаимодействия при использовании индексов попарного сравнения исследуемых альтернатив (далее – Методика).



Рисунок 27 – Среда субъектного взаимодействия в условиях перераспределения сфер ответственности

В исследовании автор исходит из того, что решение власти и бизнеса о

взаимодействии, несомненно, определено интересами данных институтов к совместному решению проблем социально-экономического развития, обусловленными факторами институциональной и локальной среды присутствия. Однако, поскольку речь идет о построении взаимодействия власти и бизнеса с целью обеспечения социально значимых задач, то неизбежно присутствие третьего участника такого взаимодействия – общества, как результата «работы» институциональной и локальной среды.

Автором выявлены приоритетные элементы (факторы) среды, которые, группируясь по признаку субъектной принадлежности, формируют определенные ее сегменты: политический, экономический, социальный (Рисунок 27).

PS контролируется государством и по мнению автора – является базовым сегментом среды, предопределяющим характер и специфичность субъектного взаимодействия. Элемент ES детерминирован активностью бизнеса в сторону взаимодействия. Элемент SS возникает как эффект для общества от взаимодействия PS и ES. Стоит отметить, что общество не контролирует данный сегмент и занимает выжидательную позицию.

Верификация гипотезы относительно приоритетных факторов среды субъектного взаимодействия, предложенной автором, проведена на основе использования метода экспертных оценок. Данный метод используется в тех случаях, когда необходимо идентифицировать лучший объект при наличии нескольких объектов. При этом необходимым условием является оценивание данных объектов по определенному набору критериев несколькими экспертами, а также сопоставимость свойств выбранных объектов. Проблемной с практической точки зрения считается ситуация противоречивости критериев (из преимуществ по одному критерию вытекают недостатки по другому критерию), при которой крайне сложно свести все оценки к единому знаменателю. В подобном случае требуется применение типа задач – «Разработка индексов попарного сравнения альтернатив» (РИПСА). С помощью указанного метода можно произвести сравнение и выбор единого объекта из множества разно оцененных альтернатив, не сводя при этом исследуемые показатели к единому критерию.

В настоящее время в теории принятия решений существуют различные методики сопоставления многокритериальных альтернатив, включающих как количественные, так и качественные методы оценки. Наибольшей популярностью в практике управления пользуются методы в рамках ELECTRE (Elimination Et Choix Traduisant la Realite) [237, с. 5], относящаяся к подходу РИПСА – а именно, метод ELECTRE I, используемый в рамках данной работы для выявления значимости качественных характеристик социального партнерства.

Применение названной методики осуществляется в два этапа: на первом этапе необходимо определить индексы попарного сравнения альтернатив, путем расчета коэффициентов согласия и несогласия экспертов; на втором этапе – осуществляется ранжирование полученных результатов и выбор наиболее значимых из альтернатив [157; 227; 331]. Полученные результаты используются в процессе построения матриц согласия (конкорданса) и несогласия (дискорданса) для каждой из возможных альтернатив, которые ранжируются соответственно исходя из принципа согласия (большое множество критериев согласны с подобным ранжированием альтернатив) и принципа несогласия (возражения по другим критериям не существенны). Задавая различным образом полученные коэффициенты согласия и несогласия (повышая одни и понижая другие), исследуем все множество представленных альтернатив и оставляем лучшую, последовательно выделяя ядро недоминирующих элементов.

Авторское исследование включает реализацию следующих этапов:

Этап 1. Выявление набора факторов, подлежащих сопоставлению.

Авторская гипотеза о наличии приоритетных факторов среды субъектного взаимодействия позволяет выделить существенные факторы, определяющие степень влияния экономических субъектов на сегменты среды взаимодействия. Сквозная нумерация факторов абстрагирует потенциальных респондентов (экспертов) от конкретного сегмента, которому они удовлетворяют, что позволит в ходе исследования нивелировать чувствительность принадлежности экспертов к органам власти, бизнесу или обществу.

f_1 – наличие эффективной законодательной базы;

- f_2 – оптимизация расходов субъектов;
- f_3 – наличие опыта проектной деятельности;
- f_4 – долгосрочность взаимодействия сторон;
- f_5 – наличие функционирующих центров взаимодействия;
- f_6 – социальное инвестирование;
- f_7 – наличие налоговых льгот;
- f_8 – государственная финансовая поддержка;
- f_9 – совместная ответственность сторон;
- f_{10} – расширение социальных контактов;
- f_{11} – воспроизводство социальных отношений;
- f_{12} – формирование социального капитала;
- f_{13} – разделение и контроль социальных рисков;
- f_{14} – число взаимодействующих сторон.

Этап 2. Определение качественного и количественного состава участвующих в исследовании экспертов.

Авторская гипотеза о взаимосвязи факторов среды субъектного взаимодействия позволяет констатировать наличие как минимум трех сторон, участвующих в данном процессе: органы государственной власти, представители бизнес-сообщества, представители гражданского общества (населения). Следовательно, представляется целесообразным сформировать три группы экспертов таким образом, чтобы в каждую группу вошли представители каждой из трех названных взаимодействующих сторон. Все эксперты работают на условиях конфиденциальности. В результате были сформированы следующие группы:

1) Представители органов государственной власти и управления. В состав группы вошли сотрудники Министерства инвестиционной политики Новгородской области (3 человека), Министерства финансов Новгородской области (2 человека), Министерства промышленности и торговли Новгородской области (2 человека).

2) Представители бизнес-сообщества – предприниматели, осуществляющие свою деятельность в Великом Новгороде и Новгородской области (10 человек);

3) Представители общественности – гражданские активисты и члены некоммерческих организаций, выражающие и отстаивающие свои позиции по повышению качества жизни в Великом Новгороде и Новгородской области (10 человек).

Этап 3. Расчет индексов согласия и несогласия.

Значения индексов согласия и несогласия рассчитываются на основе экспертных оценок двух альтернатив, определяя согласие и несогласие с гипотезой (альтернатива F_i превосходит альтернативу F_j).

Каждому эксперту было предложено оценить значимость сравниваемых в исследовании факторов по 10-ти балльной шкале, ответив на вопрос: «Оцените каждый из 14 предложенных факторов (по 10-ти балльной шкале) по степени влияния экономических субъектов на среду их взаимодействия с целью достижения социального эффекта для общества». Наиболее значимому фактору экспертом присваивалась оценка 10 баллов, самому незначимому – 1 балл. Результаты проведенного опроса экспертов и сформированные матрицы согласия и несогласия приведены в таблицах 24-32.

Таблица 24 – Результаты опроса экспертов – представителей органов власти

Показатели	Эксперты									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
f_1	4	5	7	9	8	6	7	7	5	8
f_2	5	10	8	6	3	8	7	5	7	9
f_3	8	7	9	3	2	8	6	5	7	8
f_4	6	5	7	5	4	9	8	7	8	6
f_5	5	6	5	4	6	8	2	9	5	4
f_6	7	8	6	7	5	4	5	2	9	7
f_7	8	5	6	8	7	4	7	3	6	5
f_8	2	3	4	2	4	3	6	8	4	7

f_9	4	4	6	6	9	2	9	10	7	4
f_{10}	5	4	3	3	5	6	5	7	8	9
f_{11}	6	6	1	4	3	5	4	8	9	10
f_{12}	1	8	5	7	8	7	6	6	7	5
f_{13}	8	2	2	5	7	6	6	9	5	7
f_{14}	5	9	5	2	4	1	3	4	2	5

Таблица 25 – Матрица согласия экспертов – представителей органов власти

F_i	F_j													
	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	f_6	f_7	f_8	f_9	f_{10}	f_{11}	f_{12}	f_{13}	f_{14}
f_1	x	0,400	0,500	0,600	0,600	0,700	0,800	0,900	0,600	0,700	0,500	0,700	0,800	0,800
f_2	0,700	x	0,800	0,400	0,800	0,600	0,700	0,800	0,700	0,700	0,600	0,700	0,600	0,900
f_3	0,600	0,500	x	0,400	0,700	0,600	0,700	0,800	0,600	0,600	0,500	0,600	0,700	0,800
f_4	0,700	0,600	0,600	x	0,700	0,400	0,700	0,800	0,600	0,800	0,600	0,700	0,600	0,900
f_5	0,500	0,400	0,400	0,300	x	0,300	0,300	0,800	0,400	0,700	0,600	0,400	0,500	0,700
f_6	0,300	0,400	0,400	0,600	0,700	x	0,500	0,800	0,700	0,700	0,700	0,600	0,500	0,800
f_7	0,400	0,400	0,400	0,400	0,700	0,700	x	0,800	0,600	0,600	0,500	0,500	0,700	0,800
f_8	0,100	0,200	0,300	0,300	0,200	0,300	0,200	x	0,200	0,300	0,400	0,400	0,400	0,700
f_9	0,500	0,500	0,500	0,400	0,700	0,400	0,500	0,800	x	0,500	0,500	0,800	0,700	0,700
f_{10}	0,500	0,500	0,500	0,400	0,400	0,500	0,400	0,700	0,500	x	0,400	0,400	0,500	0,800
f_{11}	0,500	0,500	0,500	0,500	0,600	0,400	0,500	0,700	0,500	0,600	x	0,400	0,300	0,700
f_{12}	0,400	0,400	0,600	0,300	0,700	0,600	0,600	0,700	0,500	0,600	0,600	x	0,700	0,800
f_{13}	0,400	0,300	0,500	0,500	0,700	0,600	0,500	0,800	0,300	0,600	0,700	0,400	x	0,800
f_{14}	0,200	0,200	0,200	0,200	0,500	0,200	0,300	0,500	0,200	0,300	0,300	0,400	0,200	x

Таблица 26 – Матрица несогласия экспертов – представителей органов власти (первый уровень)

F_i	F_j													
	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	f_6	f_7	f_8	f_9	f_{10}	f_{11}	f_{12}	f_{13}	f_{14}
f_1	x	0,500	0,400	0,300	0,200	0,400	0,400	0,100	0,300	0,300	0,400	0,300	0,400	0,400
f_2	0,500	x	0,300	0,200	0,400	0,200	0,400	0,300	0,600	0,200	0,300	0,500	0,300	0,100
f_3	0,600	0,300	x	0,200	0,400	0,400	0,500	0,300	0,700	0,300	0,300	0,600	0,500	0,200
f_4	0,400	0,500	0,200	x	0,200	0,300	0,300	0,100	0,500	0,300	0,400	0,400	0,300	0,400
f_5	0,500	0,500	0,400	0,600	x	0,400	0,500	0,400	0,700	0,500	0,600	0,400	0,400	0,300

f_6	0,500	0,400	0,400	0,500	0,700	x	0,200	0,600	0,800	0,500	0,600	0,400	0,700	0,200
f_7	0,400	0,500	0,400	0,500	0,600	0,300	x	0,500	0,700	0,400	0,500	0,300	0,600	0,400
f_8	0,700	0,700	0,600	0,600	0,500	0,500	0,600	x	0,500	0,400	0,500	0,500	0,600	0,600
f_9	0,400	0,600	0,600	0,700	0,600	0,400	0,400	0,300	x	0,600	0,500	0,400	0,400	0,500
f_{10}	0,600	0,600	0,600	0,400	0,200	0,400	0,500	0,100	0,400	x	0,200	0,400	0,300	0,500
f_{11}	0,600	0,700	0,800	0,600	0,400	0,500	0,500	0,300	0,600	0,200	x	0,500	0,400	0,400
f_{12}	0,300	0,400	0,700	0,500	0,400	0,600	0,700	0,200	0,400	0,400	0,500	x	0,700	0,400
f_{13}	0,500	0,800	0,700	0,500	0,400	0,600	0,400	0,200	0,400	0,300	0,400	0,600	x	0,700
f_{14}	0,700	0,700	0,700	0,800	0,700	0,700	0,600	0,400	0,600	0,600	0,700	0,600	0,500	x

Матрицы несогласия экспертов – представителей органов власти (второй и третий уровни) приведены в Приложении Е (Таблицы Е.1, Е.2).

Таблица 27 – Результаты опроса экспертов – представителей бизнес-сообщества

Показатели	Эксперты									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
f_1	2	7	6	5	3	7	6	9	8	6
f_2	3	1	2	5	7	8	7	8	9	7
f_3	7	5	7	7	6	6	5	4	5	8
f_4	4	6	8	8	6	5	8	7	6	3
f_5	6	7	3	4	9	9	7	9	7	6
f_6	7	6	6	6	8	6	5	6	8	5
f_7	5	4	5	7	8	7	9	10	6	9
f_8	9	5	7	8	10	6	7	4	3	6
f_9	7	6	3	6	5	8	10	8	9	4
f_{10}	1	2	7	3	4	5	6	7	4	4
f_{11}	6	3	7	6	7	6	9	5	4	2
f_{12}	8	9	7	7	5	3	2	5	2	1
f_{13}	2	8	6	9	2	4	3	6	4	6
f_{14}	3	5	4	4	6	8	6	7	8	5

Таблица 28 – Матрица согласия экспертов – представителей бизнес-сообщества

F_i	F_j													
	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	f_6	f_7	f_8	f_9	f_{10}	f_{11}	f_{12}	f_{13}	f_{14}

f_1	x	0,400	0,500	0,500	0,600	0,700	0,400	0,500	0,400	0,800	0,500	0,500	0,800	0,700
f_2	0,700	x	0,500	0,500	0,400	0,500	0,200	0,500	0,500	0,800	0,500	0,600	0,500	0,800
f_3	0,500	0,500	x	0,400	0,400	0,600	0,400	0,600	0,500	0,800	0,700	0,700	0,700	0,600
f_4	0,500	0,500	0,700	x	0,300	0,500	0,400	0,600	0,400	0,900	0,600	0,800	0,700	0,700
f_5	0,700	0,700	0,600	0,700	x	0,600	0,500	0,600	0,600	0,900	0,700	0,600	0,700	0,800
f_6	0,500	0,500	0,700	0,600	0,400	x	0,500	0,400	0,600	0,700	0,800	0,600	0,700	0,700
f_7	0,700	0,800	0,700	0,700	0,500	0,600	x	0,500	0,500	0,900	0,700	0,700	0,700	0,700
f_8	0,600	0,600	0,800	0,500	0,600	0,700	0,500	x	0,500	0,800	0,700	0,800	0,600	0,700
f_9	0,600	0,800	0,600	0,700	0,500	0,700	0,500	0,500	x	0,800	0,700	0,500	0,600	0,700
f_{10}	0,300	0,200	0,300	0,300	0,100	0,300	0,100	0,300	0,200	x	0,300	0,600	0,600	0,300
f_{11}	0,500	0,600	0,500	0,400	0,400	0,400	0,300	0,500	0,300	0,800	x	0,700	0,600	0,500
f_{12}	0,500	0,400	0,500	0,200	0,400	0,400	0,400	0,300	0,500	0,500	0,500	x	0,400	0,400
f_{13}	0,500	0,300	0,300	0,300	0,400	0,500	0,300	0,500	0,400	0,500	0,500	0,600	x	0,400
f_{14}	0,500	0,400	0,600	0,500	0,300	0,500	0,300	0,400	0,300	0,900	0,500	0,600	0,600	x

Таблица 29 – Матрица несогласия экспертов – представителей бизнес-сообщества (первый уровень)

F_i	F_j													
	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	f_6	f_7	f_8	f_9	f_{10}	f_{11}	f_{12}	f_{13}	f_{14}
f_1	x	0,400	0,500	0,300	0,600	0,500	0,500	0,700	0,500	0,100	0,400	0,600	0,400	0,300
f_2	0,600	x	0,500	0,600	0,600	0,500	0,300	0,600	0,500	0,500	0,500	0,800	0,500	0,400
f_3	0,500	0,400	x	0,300	0,500	0,300	0,600	0,400	0,500	0,300	0,400	0,400	0,300	0,300
f_4	0,300	0,400	0,500	x	0,400	0,300	0,600	0,500	0,300	0,100	0,200	0,400	0,300	0,300
f_5	0,300	0,200	0,400	0,500	x	0,300	0,300	0,400	0,300	0,400	0,400	0,400	0,500	0,100
f_6	0,300	0,200	0,300	0,300	0,300	x	0,400	0,200	0,500	0,100	0,400	0,300	0,300	0,200
f_7	0,300	0,300	0,200	0,300	0,300	0,200	x	0,400	0,300	0,200	0,200	0,500	0,400	0,200
f_8	0,500	0,600	0,200	0,300	0,500	0,500	0,600	x	0,600	0,300	0,200	0,400	0,300	0,500
f_9	0,300	0,300	0,400	0,500	0,400	0,300	0,500	0,500	x	0,400	0,400	0,300	0,300	0,100
f_{10}	0,500	0,500	0,600	0,500	0,500	0,600	0,500	0,800	0,600	x	0,500	0,700	0,600	0,400
f_{11}	0,400	0,500	0,600	0,300	0,400	0,400	0,700	0,400	0,500	0,200	x	0,600	0,500	0,400
f_{12}	0,600	0,700	0,700	0,600	0,600	0,600	0,800	0,500	0,800	0,400	0,700	x	0,500	0,600
f_{13}	0,400	0,500	0,500	0,500	0,700	0,600	0,600	0,800	0,700	0,300	0,600	0,600	x	0,400
f_{14}	0,200	0,200	0,400	0,400	0,300	0,400	0,400	0,600	0,400	0,300	0,300	0,500	0,500	x

Матрицы несогласия экспертов – представителей бизнес-сообщества

(второй и третий уровни) приведены в Приложении Е (Таблицы Е.3, Е.4).

Таблица 30 – Результаты опроса экспертов – представителей общественности

Показатели	Эксперты									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
f_1	6	3	6	6	4	5	7	5	6	4
f_2	4	5	9	2	4	4	5	1	4	1
f_3	7	4	3	5	5	4	5	3	3	5
f_4	2	6	9	3	8	6	3	3	2	4
f_5	6	2	3	3	6	5	5	2	1	3
f_6	1	4	3	8	3	7	10	5	5	7
f_7	3	8	2	1	4	3	4	1	7	4
f_8	6	3	4	7	5	2	7	5	6	3
f_9	4	5	6	9	2	4	1	4	2	2
f_{10}	5	3	8	5	7	6	6	10	3	6
f_{11}	3	7	5	6	7	7	4	7	4	7
f_{12}	8	9	1	7	1	8	8	6	7	9
f_{13}	2	5	7	8	8	9	7	2	8	5
f_{14}	4	4	8	4	6	7	9	7	5	7

Таблица 31 – Матрица согласия экспертов – представителей общественности

F_i	F_j													
	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	f_6	f_7	f_8	f_9	f_{10}	f_{11}	f_{12}	f_{13}	f_{14}
f_1	x	0,800	0,600	0,600	0,900	0,500	0,800	0,800	0,800	0,500	0,500	0,200	0,300	0,300
f_2	0,300	x	0,500	0,400	0,400	0,400	0,700	0,300	0,700	0,300	0,400	0,200	0,400	0,300
f_3	0,400	0,700	x	0,600	0,800	0,400	0,800	0,500	0,600	0,400	0,200	0,200	0,300	0,300
f_4	0,500	0,700	0,500	x	0,800	0,400	0,600	0,500	0,700	0,400	0,200	0,200	0,500	0,300
f_5	0,300	0,700	0,400	0,300	x	0,300	0,700	0,400	0,500	0,100	0,200	0,200	0,200	0,200
f_6	0,600	0,600	0,800	0,600	0,800	x	0,600	0,600	0,600	0,600	0,500	0,400	0,400	0,600
f_7	0,400	0,500	0,200	0,500	0,300	0,400	x	0,400	0,500	0,200	0,300	0,300	0,200	0,200
f_8	0,700	0,700	0,600	0,500	0,800	0,500	0,600	x	0,600	0,500	0,400	0,300	0,300	0,300
f_9	0,300	0,600	0,500	0,400	0,500	0,400	0,500	0,400	x	0,200	0,400	0,300	0,400	0,300
f_{10}	0,600	0,700	0,800	0,700	0,900	0,400	0,800	0,600	0,800	x	0,500	0,300	0,400	0,500
f_{11}	0,600	0,700	0,800	0,800	0,800	0,700	0,800	0,600	0,700	0,600	x	0,300	0,400	0,600
f_{12}	0,800	0,800	0,800	0,800	0,800	0,600	0,800	0,800	0,700	0,700	0,700	x	0,500	0,600

f_{13}	0,800	0,800	0,800	0,700	0,900	0,700	0,800	0,800	0,700	0,600	0,600	0,500	x	0,500
f_{14}	0,700	0,800	0,800	0,700	0,900	0,800	0,800	0,700	0,700	0,600	0,700	0,400	0,500	x

Таблица 32 – Матрица несогласия экспертов – представителей общественности

F_i	F_j													
	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	f_6	f_7	f_8	f_9	f_{10}	f_{11}	f_{12}	f_{13}	f_{14}
f_1	x	0,300	0,100	0,400	0,200	0,300	0,500	0,100	0,300	0,500	0,400	0,600	0,400	0,300
f_2	0,400	x	0,400	0,400	0,200	0,600	0,300	0,500	0,700	0,900	0,600	0,800	0,600	0,600
f_3	0,300	0,600	x	0,600	0,100	0,500	0,400	0,300	0,400	0,700	0,400	0,500	0,500	0,500
f_4	0,400	0,200	0,500	x	0,400	0,700	0,500	0,400	0,600	0,700	0,400	0,600	0,600	0,600
f_5	0,500	0,600	0,200	0,600	x	0,500	0,600	0,500	0,600	0,800	0,500	0,700	0,700	0,500
f_6	0,500	0,600	0,600	0,600	0,500	x	0,400	0,500	0,300	0,500	0,400	0,700	0,500	0,500
f_7	0,500	0,700	0,400	0,700	0,300	0,700	x	0,600	0,800	0,900	0,600	0,600	0,700	0,600
f_8	0,300	0,500	0,200	0,500	0,300	0,500	0,500	x	0,200	0,500	0,500	0,600	0,700	0,500
f_9	0,600	0,400	0,400	0,600	0,400	0,900	0,500	0,600	x	0,500	0,700	0,600	0,600	0,800
f_{10}	0,300	0,200	0,200	0,300	0,100	0,400	0,500	0,300	0,400	x	0,400	0,600	0,500	0,300
f_{11}	0,300	0,400	0,400	0,400	0,300	0,600	0,300	0,300	0,300	0,300	x	0,500	0,400	0,500
f_{12}	0,500	0,800	0,400	0,800	0,500	0,200	0,300	0,400	0,500	0,700	0,600	x	0,700	0,700
f_{13}	0,400	0,200	0,500	0,200	0,400	0,300	0,300	0,400	0,200	0,800	0,500	0,600	x	0,500
f_{14}	0,200	0,100	0,300	0,200	0,200	0,400	0,400	0,300	0,500	0,300	0,300	0,500	0,400	x

Матрицы несогласия экспертов – представителей бизнес-сообщества (второй и третий уровни) приведены в Приложении Е (Таблицы Е.5, Е.6).

Этап 4. Анализ выявленных альтернатив.

Для проведения анализа выявленных альтернатив необходимо сопоставить рассчитанные индексы с заданными уровнями коэффициентов согласия и несогласия экспертов. Будем считать более значимой ту альтернативу, индекс согласия по которой превышает заданный уровень, а индекс несогласия по которой ниже заданного уровня. Полученное в результате анализа множество альтернатив корректируется путем исключения доминируемых и объединения всех прочих в первое ядро.

Итоги анализа альтернатив по экспертам-представителям власти, бизнеса и общества изложены в таблицах 33-35.

			$f_6 > f_{14}; f_7 > f_1; f_7 > f_2;$ $f_7 > f_3; f_7 > f_4; f_7 > f_6;$ $f_7 > f_{10}; f_7 > f_{11}; f_7 > f_{14};$ $f_8 > f_3; f_8 > f_{10}; f_8 > f_{11};$ $f_8 > f_{13}; f_9 > f_1; f_9 > f_2;$ $f_9 > f_6; f_9 > f_{13}; f_9 > f_{14};$ $f_{11} > f_{10}; f_{14} > f_{10}$	$f_8 > f_3; f_8 > f_{10}; f_8 > f_{11}; f_8 > f_{12}; f_8 > f_{13};$ $f_9 > f_1; f_9 > f_2; f_9 > f_3; f_9 > f_6$ $; f_9 > f_{10}; f_9 > f_{11}; f_9 > f_{13}; f_9 > f_{14}; f_{11} > f_{10}; f_{14} > f_3;$ $f_{14} > f_{10}$
--	--	--	---	---

Таблица 35 – Исследование альтернатив (представители общества)

Альтернативы	$d_1 \leq 0,1$	$d_2 \leq 0,2$	$d_3 \leq 0,3$	$d_4 \leq 0,4$
$c_1 \geq 0,9$	$f_{10} > f_5$	$f_1 > f_5; f_{10} > f_5; f_{14} > f_5$	$f_1 > f_5; f_{10} > f_5; f_{14} > f_5$	$f_1 > f_5; f_{10} > f_5; f_{13} > f_5; f_{14} > f_5$
$c_2 \geq 0,8$	$f_1 > f_8; f_3 > f_5;$ $f_{10} > f_5; f_{14} > f_2$	$f_1 > f_5; f_1 > f_8; f_3 > f_5;$ $f_{10} > f_3; f_{10} > f_5; f_{13} > f_2;$ $f_{14} > f_2; f_{14} > f_5$	$f_1 > f_2; f_1 > f_5; f_1 > f_8;$ $f_1 > f_9; f_3 > f_5; f_8 > f_5;$ $f_{10} > f_3; f_{10} > f_5; f_{11} > f_5;$ $f_{11} > f_7; f_{12} > f_7; f_{13} > f_2;$ $f_{13} > f_7; f_{14} > f_2;$ $f_{14} > f_3; f_{14} > f_5$	$f_1 > f_2; f_1 > f_5; f_1 > f_8; f_1 > f_9; f_3 > f_5; f_3 > f_7;$ $f_4 > f_5; f_8 > f_5; f_{10} > f_3; f_{10} > f_5; f_{10} > f_9; f_{11} > f_3;$ $f_{11} > f_4; f_{11} > f_5; f_{11} > f_7; f_{12} > f_3; f_{12} > f_7; f_{12} > f_8;$ $f_{13} > f_1; f_{13} > f_2; f_{13} > f_5; f_{13} > f_7; f_{13} > f_8;$ $f_{14} > f_2; f_{14} > f_3; f_{14} > f_5; f_{14} > f_6; f_{14} > f_7$
$c_3 \geq 0,7$	$f_1 > f_8;$ $f_3 > f_5; f_{10} > f_5;$ $f_{14} > f_2$	$f_1 > f_5; f_1 > f_8; f_3 > f_5;$ $f_4 > f_2; f_{10} > f_2; f_{10} > f_3;$ $f_{10} > f_5; f_{13} > f_2; f_{13} > f_4;$ $f_{13} > f_9; f_{14} > f_1; f_{14} > f_2;$ $f_{14} > f_4; f_{14} > f_5$	$f_1 > f_2; f_1 > f_5; f_1 > f_8;$ $f_1 > f_9; f_2 > f_7; f_3 > f_5; f_4 > f_2;$ $f_8 > f_1; f_8 > f_5; f_{10} > f_2;$ $f_{10} > f_3; f_{10} > f_4; f_{10} > f_5;$ $f_{11} > f_5; f_{11} > f_7; f_{11} > f_9;$ $f_{12} > f_7; f_{13} > f_2; f_{13} > f_4;$ $f_{13} > f_6; f_{13} > f_7; f_{13} > f_9;$ $f_{14} > f_1; f_{14} > f_2; f_{14} > f_3;$ $f_{14} > f_4; f_{14} > f_5;$ $f_{14} > f_8; f_{14} > f_{11}$	$f_1 > f_2; f_1 > f_5; f_1 > f_8; f_1 > f_9; f_2 > f_7; f_3 > f_5;$ $f_3 > f_7; f_4 > f_2; f_4 > f_5; f_8 > f_1; f_8 > f_5; f_{10} > f_2; f_{10} > f_3;$ $f_{10} > f_4; f_{10} > f_5; f_{10} > f_9; f_{11} > f_2; f_{11} > f_3; f_{11} > f_4;$ $f_{11} > f_5; f_{11} > f_7; f_{11} > f_9; f_{12} > f_3; f_{12} > f_7; f_{12} > f_8;$ $f_{13} > f_1; f_{13} > f_2; f_{13} > f_4; f_{13} > f_5; f_{13} > f_6; f_{13} > f_7;$ $f_{13} > f_8; f_{13} > f_9; f_{14} > f_1; f_{14} > f_2; f_{14} > f_3;$ $f_{14} > f_4; f_{14} > f_5; f_{14} > f_6; f_{14} > f_7; f_{14} > f_8; f_{14} > f_{11}$
$c_4 \geq 0,6$	$f_1 > f_3; f_1 > f_8;$ $f_3 > f_5; f_{10} > f_5;$ $f_{14} > f_2$	$f_1 > f_3; f_1 > f_5; f_1 > f_8;$ $f_3 > f_5; f_4 > f_2; f_8 > f_3;$ $f_8 > f_9; f_{10} > f_2; f_{10} > f_3;$ $f_{10} > f_5; f_{12} > f_6; f_{13} > f_2;$ $f_{13} > f_4; f_{13} > f_9; f_{14} > f_1;$ $f_{14} > f_2; f_{14} > f_4; f_{14} > f_5$	$f_1 > f_2; f_1 > f_3; f_1 > f_5;$ $f_1 > f_8; f_1 > f_9; f_2 > f_7;$ $f_3 > f_5; f_4 > f_2; f_6 > f_9; f_8 > f_{11};$ $f_8 > f_3; f_8 > f_5; f_8 > f_9;$ $f_{10} > f_1; f_{10} > f_2; f_{10} > f_3;$ $f_{10} > f_4; f_{10} > f_5; f_{10} > f_8;$ $f_{11} > f_1; f_{11} > f_5; f_{11} > f_7;$ $f_{11} > f_8; f_{11} > f_9;$ $f_{11} > f_{10}; f_{12} > f_6; f_{12} > f_7;$ $f_{13} > f_2; f_{13} > f_4; f_{13} > f_6;$ $f_{13} > f_7; f_{13} > f_9; f_{14} > f_1;$ $f_{14} > f_2; f_{14} > f_3;$ $f_{14} > f_4; f_{14} > f_5;$ $f_{14} > f_8; f_{14} > f_{10}; f_{14} > f_{11}$	$f_1 > f_2; f_1 > f_3; f_1 > f_4; f_1 > f_5; f_1 > f_8; f_1 > f_9;$ $f_2 > f_7; f_3 > f_5;$ $f_3 > f_7; f_3 > f_9; f_4 > f_2; f_4 > f_5; f_6 > f_7; f_6 > f_9; f_8 > f_{11};$ $f_8 > f_3; f_8 > f_5; f_8 > f_9; f_9 > f_2; f_{10} > f_1; f_{10} > f_2; f_{10} > f_3;$ $f_{10} > f_4; f_{10} > f_5; f_{10} > f_8; f_{10} > f_9; f_{11} > f_1; f_{11} > f_2;$ $f_{11} > f_3; f_{11} > f_4; f_{11} > f_5; f_{11} > f_7; f_{11} > f_8; f_{11} > f_9;$ $f_{10} > f_4; f_{12} > f_3; f_{12} > f_6; f_{12} > f_7; f_{12} > f_8; f_{13} > f_1;$ $f_{13} > f_2; f_{13} > f_4; f_{13} > f_5; f_{13} > f_6; f_{13} > f_7; f_{13} > f_8;$ $f_{13} > f_9; f_{14} > f_1; f_{14} > f_2; f_{14} > f_3; f_{14} > f_4; f_{14} > f_5;$ $f_{14} > f_6; f_{14} > f_7; f_{14} > f_8; f_{14} > f_{10}; f_{14} > f_{11}$

Как видно из таблицы 33, если принять значение индекса согласия на уровне 0,9, то можно определить следующие альтернативы: $f_1 > f_8, f_2 > f_{14}, f_4 > f_{14}$. Снижение индекса согласия дает большее число альтернатив (см. таблицу 34). Минимальное значение индекса несогласия на уровне $d_4 \leq 0,4$ позволяет выявить следующие значимые факторы (Рисунок 28).

Рисунок 28 показывает, что отсутствие несравнимых объектов не требует дальнейшего смягчения условий согласия и несогласия, так как все альтернативы

являются сравнимыми. Фактор f_4 преобладает над $f_1; f_5; f_6; f_7; f_8; f_{10}; f_{11}; f_{12}; f_{13}; f_{14}$, фактор f_1 является доминантой над $f_5; f_6; f_7; f_8; f_{10}; f_{11}; f_{12}; f_{13}; f_{14}$, фактор f_2 превалирует над факторами $f_3; f_5; f_6; f_7; f_8; f_{10}; f_{14}$. Факторы f_8, f_{14} не являются доминирующими.

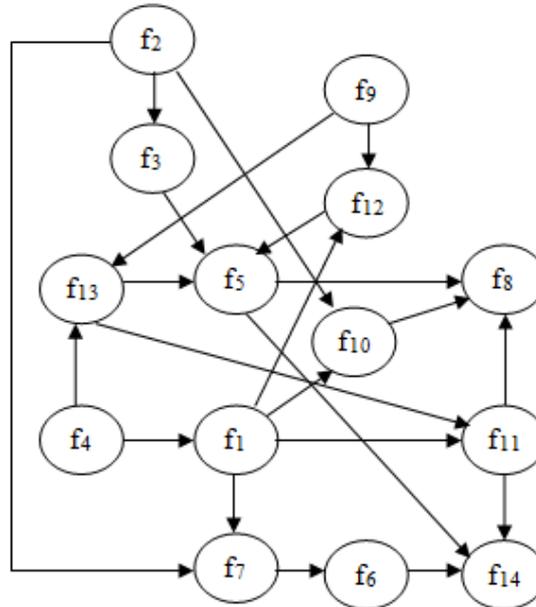


Рисунок 28 – Альтернативы-доминанты в группе экспертов –
представителей властных структур ($c_3 \geq 0,7, d_4 \leq 0,4$)

Как следует из таблицы 34, при значении коэффициента конкорданса $c_1 \geq 0,9$ наблюдается доминирование от одной (при $d_1 \leq 0,1$) до четырех (при $d_4 \leq 0,4$) альтернатив. При последующем уменьшении значения коэффициента конкорданса до $c_2 \geq 0,8$ число альтернатив с доминированием увеличивается до восемнадцати. На рисунке 29 отражены доминирующие альтернативы (при коэффициенте конкорданса $c_3 \geq 0,7$, дискорданса $d_4 \leq 0,4$).

Рисунок 29 свидетельствует о доминировании f_7 над девятью показателями ($f_1; f_2; f_3; f_4; f_{10}; f_{11}; f_{12}; f_{13}; f_{14}$), фактор f_9 – над восемью показателями ($f_2; f_3; f_6; f_{10}; f_{11}; f_{12}; f_{13}; f_{14}$). Над шестью показателями факторов $f_1; f_2; f_{10}; f_{11}; f_{13}; f_{14}$ и $f_3; f_{10}; f_{11}; f_{12}; f_{13}; f_{14}$ превалируют f_5 и f_6 соответственно. Фактор f_8 является доминантом над $f_3; f_{10}; f_{11}; f_{12}; f_{13}$ и т.д. Факторы f_{10}, f_{12}, f_{13} не являются доминантами.

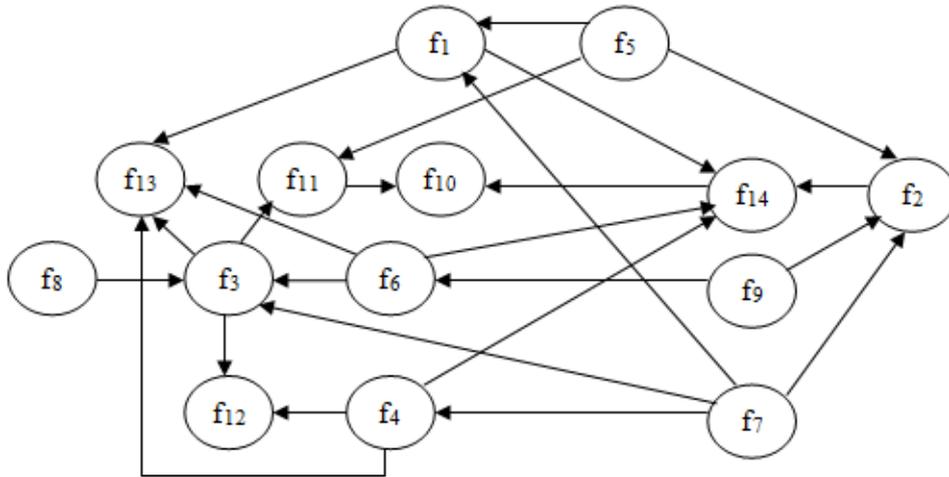


Рисунок 29 – Доминирование альтернатив в экспертной группе –
представителей бизнеса ($c_3 \geq 0,7, d_4 \leq 0,4$)

Из представленной таблицы 35 выявлено доминирование альтернатив, представленное на Рисунке 30 (при значении коэффициента конкорданса $c_3 \geq 0,7$, при $d_4 \leq 0,4$).

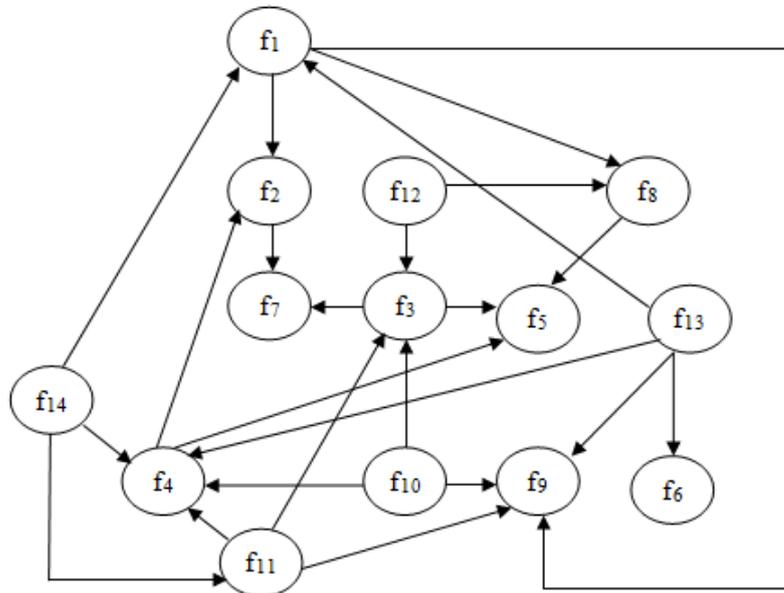


Рисунок 30 – Доминирование альтернатив в экспертной группе –
представителей общества ($c_3 \geq 0,7, d_4 \leq 0,4$)

В рамках исследования на основе обобщения полученных результатов автором выявлены и визуализированы на рисунках 31-33 факторы, наиболее

доминирующие над показателями, а, следовательно, обеспечивающие построение наиболее эффективного взаимодействия с точки зрения каждой из групп экспертов (Рисунок 31-33).

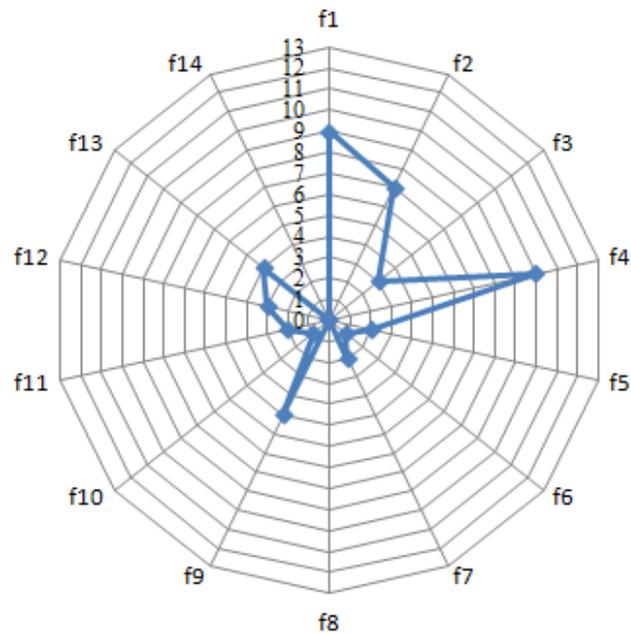


Рисунок 31 – Доминирование альтернатив в группе экспертов – представителей властных структур



Рисунок 32– Доминирование альтернатив в группе экспертов – представителей бизнеса

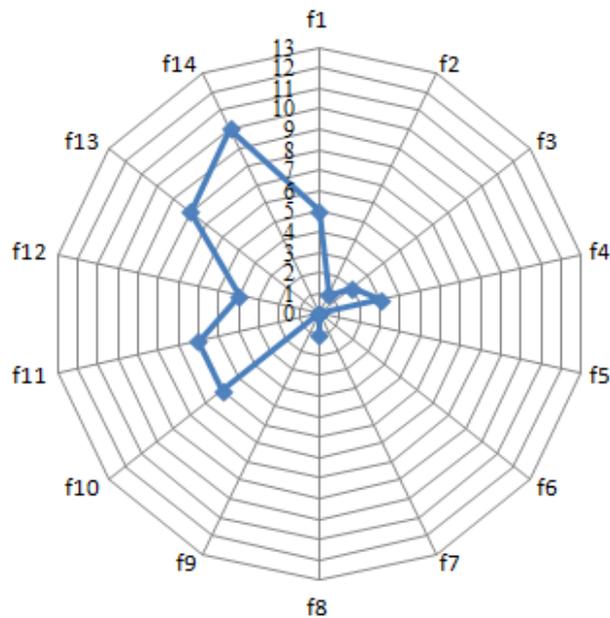


Рисунок 33 – Доминирование альтернатив в группе экспертов – представителей общества

Этап 5. Результаты исследования.

Таким образом, представители органов власти установили следующие приоритетные факторы:

- 1) f_4 – долгосрочность взаимодействия сторон;
- 2) f_1 – наличие эффективной законодательной базы;
- 3) f_2 – оптимизация расходов субъектов;
- 4) f_9 – совместная ответственность сторон.

Остальные факторы представителями органов власти признаны менее значимыми.

Представители бизнес-структур расставили приоритеты следующим образом:

- 1) f_7 – наличие налоговых льгот;
- 2) f_9 – совместная ответственность сторон;
- 3) f_5 – наличие функционирующих центров взаимодействия;
- 4) f_6 – социальное инвестирование;
- 5) f_8 – государственная финансовая поддержка.

Эксперты из представителей общества к наиболее значимым факторам,

обеспечивающим процесс взаимодействия власти, бизнеса и общественности при решении социально значимых задач, отнесли:

- 1) f_{14} – число взаимодействующих сторон;
- 2) f_{13} – разделение и контроль социальных рисков;
- 3) f_{10} – расширение социальных контактов;
- 4) f_{11} – воспроизводство социальных отношений;
- 5) f_1 – наличие эффективной законодательной базы.

Само по себе выявление приоритетных для каждой группы факторов не отражает в полной мере характер и степень (высокая, низкая) взаимодействия экономических субъектов. По мнению автора необходимо обозначить «точки соприкосновения» интересов хозяйствующих субъектов, формирующие совместное «поле» для построения эффективного их взаимодействия с целью решения социальных проблем общества.

Гипотеза, выдвинутая автором выше, нашла свое подтверждение в части всех приоритетных факторов, выделенных экспертами – представителями бизнеса. Мнение экспертов от органов власти и представителей общества расходятся с позицией автора, изложенной в гипотезе.

Так, группа экспертов из властных структур отметила значимость фактора f_9 – совместная ответственность сторон, который в исходных данных гипотезы был отнесен автором в сегмент экономический, и в свою очередь, не выделила приоритет фактора f_3 – наличие опыта проектной деятельности (3 доминанты из возможных 13). Представители общества среди значимых факторов помимо прочих отметили f_1 – наличие эффективной законодательной базы (в авторской трактовке – сегмент политический) и низко оценили f_{12} – формирование социального капитала (4 доминанты из 13 возможных).

Особый интерес вызывает тот факт, что разные группы экспертов отметили приоритет одного и того же фактора:

- f_1 наличие эффективной законодательной базы (органы власти и общество);
- f_9 совместная ответственность сторон (органы власти и бизнес).

Основным элементом любого экономического исследования является не только выявление экономических переменных, но и построение их взаимосвязей. Поэтому, с целью дальнейшего изучения характера и степени взаимодействия хозяйствующих субъектов необходимо сопоставить полученные автором в рамках РИПСА доминанты по каждому исследуемому фактору, формируя тем самым области согласования или рассогласования интересов различных экспертных групп во взаимодействии.

На основе обобщения полученных результатов анализа автором предложена модель «Поле эффективности субъектного взаимодействия», позволяющая на основе мнения экспертных групп (при условии применения метода экспертных оценок в исследовании) выявить различные уровни эффективности субъектного взаимодействия (Рисунок 34). Авторская модель является унифицированной и может быть использована при анализе эффективности взаимодействия любого числа хозяйствующих субъектов.

Поле эффективности субъектного взаимодействия построено на основе сопоставления в системе координат X-Y доминант, выявленных в результате обработки данных экспертных оценок различных групп респондентов. Так, ось X представляет собой число доминант исследуемого фактора (факторов) по мнению экспертной группы №1, ось Y – число доминант по аналогичным факторам экспертной группы №2. Координаты, полученные на точках пересечения (f), отражают позицию (координату) соответствующего фактора – $f_a, f_b, f_c, f_d, f_e, f_g$ с учетом степени его значимости для каждой из групп экспертов. Таким образом, поле эффективности субъектного взаимодействия позволяет визуализировать:

1. Абсолютно эффективное и неэффективное субъектное взаимодействие.

Прямая EI (effective interaction) – линия абсолютно эффективного взаимодействия определяет абсолютно равные позиции (под углом 45°) исследуемого фактора для различных групп экспертов. Точка f_c , принадлежащая кривой EI, указывает на равнозначность конкретного фактора c по мнению опрошенных респондентов групп №1 и №2, что означает абсолютное согласование интересов хозяйствующих субъектов во взаимодействии по фактору

с.

Наоборот, линии II (inefficient interaction) по осям координат X и Y означают полное рассогласование экспертных групп по тому или иному фактору. Так, по мнению респондентов группы №1 фактор a (точка f_a) является значимым для построения взаимодействия (8 доминант из 13 возможных), по мнению группы №2 – значимость отсутствует, так как фактор a не имеет ни одной доминанты над исследуемыми факторами. Аналогичным образом интерпретируется фактор b . (соответственно – f_b): с одной стороны, отсутствие значимости фактора по мнению группы №1, с другой – 3 доминанты из 13 возможных в экспертной группе №2.

2. Приоритетность факторов для группы экспертов (взаимодействие по горизонтали поля).

Распределение доминант исследуемых факторов в заданной системе координат позволило автору выделить следующие зоны:

- зона высокого уровня приоритетности факторов (high priority, HP);
- зона умеренного уровня приоритетности факторов (moderate priority, MP);
- зона низкого уровня приоритетности факторов (low priority, LP).

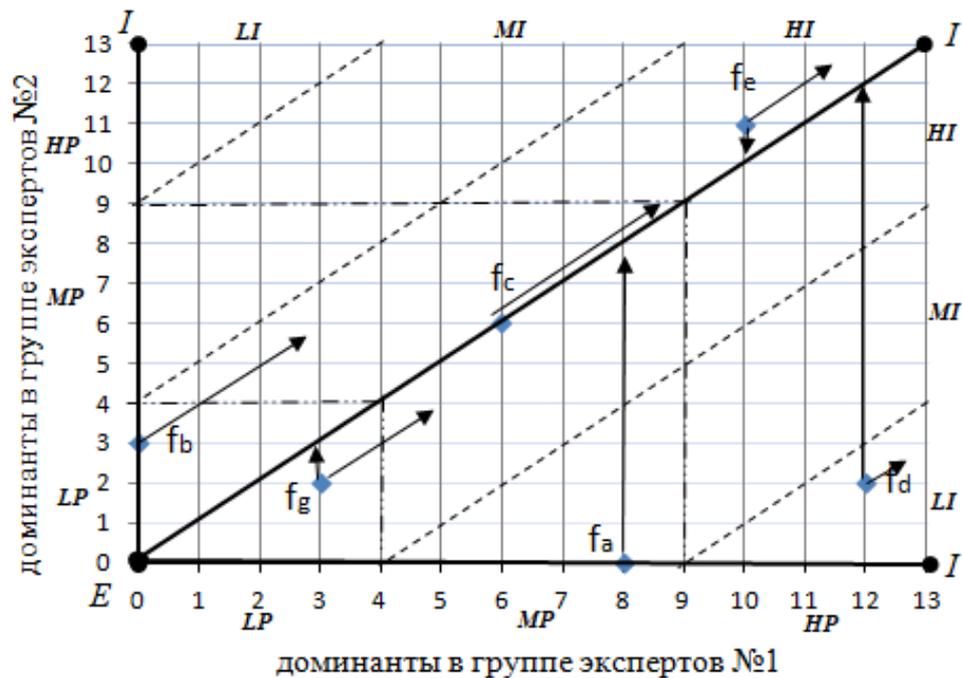
3. Эффективность взаимодействия по фактору (взаимодействие по вертикали поля).

На основе полученных автором в рамках метода РИПСА количества доминант по каждому фактору выстраивается ряд точек, визуализирующих мнения экспертных групп №1 и №2. Так, точка f_d указывает на преобладание приоритета фактора d в экспертной группе №1 (12 доминант группы №1 против 2 доминант группы №2) и, наоборот, отставание в группе №2 (2 доминанты из 13). Подобная рассогласованность мнений экспертов групп №1 и №2 выражается в модели значительным отклонением точки f_d относительно линии абсолютно эффективного взаимодействия EI.

Точка f_e на рисунке 34 максимально приближена к линии EI, указывая на высокую эффективность во взаимодействии по фактору e .

Отклонение числа доминант исследуемых факторов для групп экспертов позволило автору выделить следующие зоны:

- зона высокого уровня эффективности взаимодействия по фактору (low efficiency interaction, LI);
- зона умеренного уровня эффективности взаимодействия по фактору (moderate efficiency interaction, MI);
- зона низкого уровня эффективности взаимодействия по фактору (high efficiency interaction, HI).



- зоны эффективности взаимодействия по фактору;
- зоны приоритетности факторов.

Рисунок 34 – Авторская модель
«Поле эффективности субъектного взаимодействия»

Однако, по мнению автора, визуализация в модели значимых факторов для группы экспертов (п. 2) и эффективность взаимодействия по отдельному фактору (п. 3) не позволяют в полной мере оценить уровень эффективности достигнутого субъектного взаимодействия.

Так, при совмещении в едином поле зон, охарактеризованных выше (п. 2-3), автором выявлены противоречия и определены как «парадокс эффективности субъектного взаимодействия», а именно:

- высокая значимость фактора для отдельного эксперта (субъекта) отнюдь не означает его аналогичную приоритетность во взаимодействии двух и более хозяйствующих субъектов (субъектном взаимодействии) (например, f_d);

- наличие полярности в приоритетности фактора и эффективности взаимодействия по данному фактору: низкая значимость фактора и одновременно высокий уровень эффективности субъектного взаимодействия (например, f_g).

Таким образом, под термином «поле эффективности субъектного взаимодействия» автором понимается взаимодействие двух и более хозяйствующих субъектов с целью решения социально-экономических задач в пространстве, одновременно удовлетворяющем следующим критериям:

- значимость элементов (факторов) среды взаимодействия (институциональной, локальной, социальной) для субъектов;

- эффективность взаимодействия субъектов по каждому фактору среды.

Несмотря на полученные результаты модель содержит ряд допущений:

- стремясь к линии эффективного взаимодействия невозможно спрогнозировать изменение позиции фактора в каждой из групп экспертов без проведения повторного опроса экспертов;

- приоритетность факторов может меняться в долгосрочной перспективе, в зависимости от трансформации целевых установок функционирования хозяйствующих субъектов;

- границы зон эффективности взаимодействия по вертикали и горизонтали зависят от числа исследуемых факторов – их четного или нечетного количества, согласно закону нормального распределения.

Используем полученные автором выводы в рамках подхода РИПСА для формирования «поля эффективности субъектного взаимодействия»: власть-бизнес, власть-общество, бизнес-общество (Рисунок 35-37).

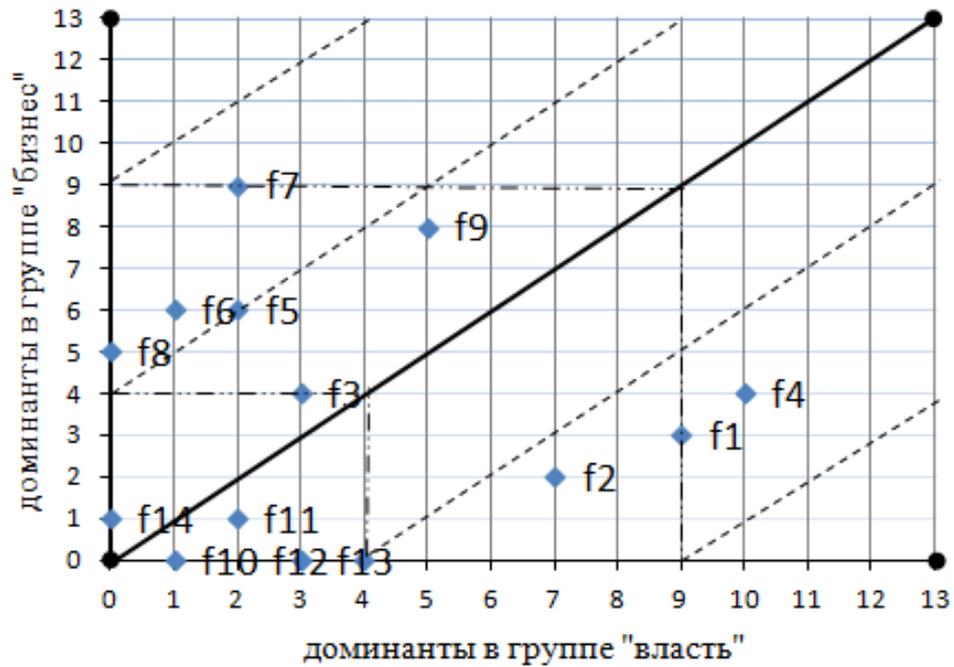


Рисунок 35 – Поле эффективности субъектного взаимодействия
«власть-бизнес»

На рисунке 35 представлено сопоставление доминант исследуемых 14 факторов по экспертным группам «власть» и «бизнес», тем самым образуя поле взаимодействия указанных экономических субъектов. Факторы, располагаемые в данном поле, исследуются автором по двум критериям:

В подтверждение «парадокса эффективности субъектного взаимодействия» необходимо отметить, что на рисунке 34 фактор f_7 относится к значимым для группы экспертов «бизнес» (9 доминант). Однако, эксперты группы «власть» отметила фактор f_7 всего 2 доминантами. В связи с этим, f_7 попадает в зону факторов низкой приоритетности, характеризующейся высокой рассогласованностью интересов субъектов, и как следствие – умеренная эффективность взаимодействия. И наоборот, фактор f_{11} , который обе группы экспертов отнесли к незначимым факторам, по уровню эффективности взаимодействия идентифицируется автором фактором зоны высокого уровня взаимодействия.

На рисунках 36-37 автором проведено аналогичное сопоставление доминант по различным группам экспертов, сформировано поле взаимодействия «власть-

общество», «бизнес-общество».

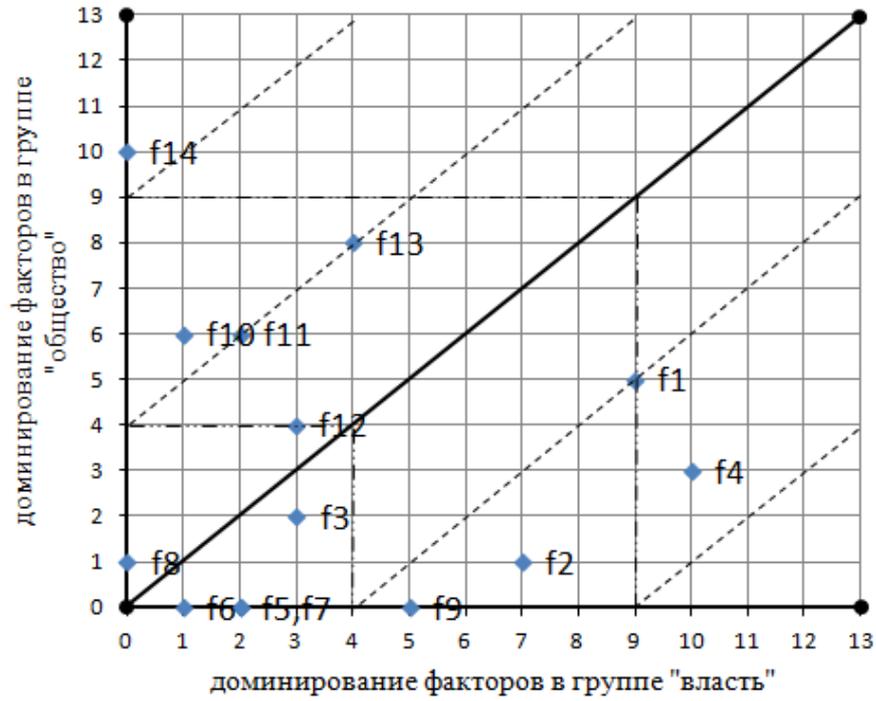


Рисунок 36 – Поле эффективности субъектного взаимодействия
«власть-общество»

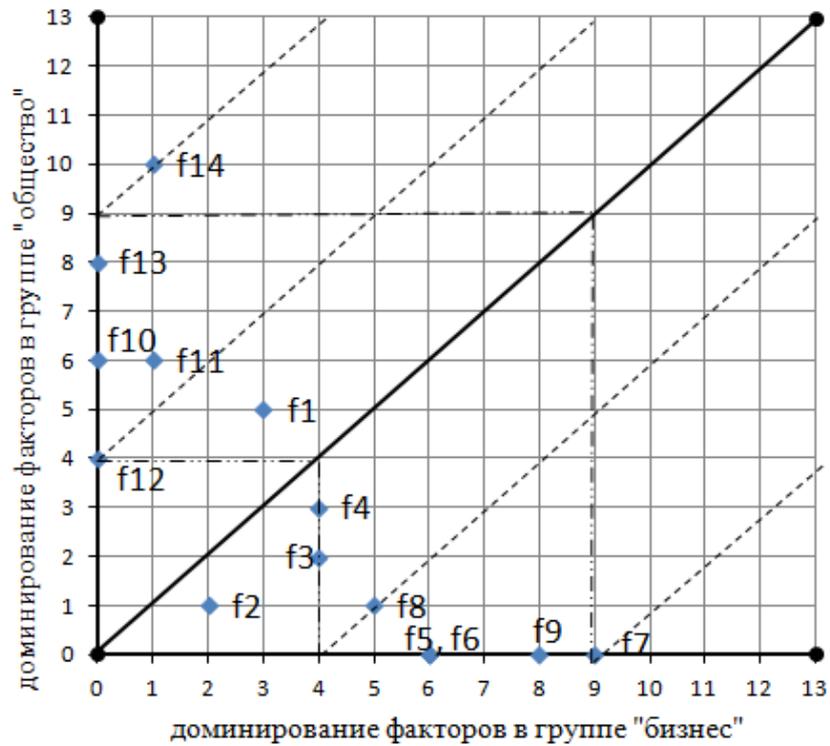


Рисунок 37 – Поле эффективности субъектного взаимодействия
«бизнес-общество»

В результате расчетов получены сводные данные по распределению факторов по соответствующим зонам приоритетности и эффективности взаимодействия по фактору, анализ которых позволяет выявить ряд факторов, по которым идет полное, частичное или отсутствует согласование интересов в рамках субъектного взаимодействия (Таблица 36).

Таблица 36 – Распределение факторов по зонам субъектного взаимодействия

Факторы / Зоны	Субъектное взаимодействие		
	Власть-Бизнес	Власть-Общество	Бизнес-Общество
Полное согласование			
f ₃ – наличие опыта проектной деятельности	LP-НН	LP-НН	LP-НН
Частичное согласование			
f ₁ – наличие эффективной законодательной базы	MP-МН	MP-МН	MP-НН
f ₂ – оптимизация расходов субъектов	MP-МН	MP-МН	LP-НН
f ₅ – наличие функционирующих центров взаимодействия	MP-МН	LP-НН	MP-МН
f ₆ – социальное инвестирование	MP-МН	LP-НН	MP-МН
f ₈ – государственная финансовая поддержка	MP-МН	LP-НН	MP-МН
f ₉ – совместная ответственность сторон	MP-НН	MP-МН	MP-МН
f ₁₀ – расширение социальных контактов	LP-НН	MP-МН	MP-МН
f ₁₁ – воспроизводство социальных отношений	LP-НН	MP-МН	MP-МН
f ₁₂ – формирование социального капитала	LP-МН	LP-НН	LP-МН
f ₁₄ – число взаимодействующих сторон	LP-НН	НН-ЛН	НН-ЛН
f ₁₃ – разделение и контроль социальных рисков	LP-МН	MP-МН	MP-МН
Отсутствие согласования			
f ₄ – долгосрочность взаимодействия сторон	MP-МН	НН-МН	LP-НН
f ₇ – наличие налоговых льгот	MP-МН	LP-НН	MP-ЛН

Кроме того, результатом предложенной авторской методики явились выводы относительно проблем и перспектив построения эффективного субъектного взаимодействия власти, бизнеса и общества в условиях перераспределения их

сфер ответственности за социально-экономическое развитие.

Автором доказано, что по фактору – наличие опыта проектной деятельности власть, бизнес и общество достигли эффективности субъектного взаимодействия, однако на низком уровне его приоритетности (LP) для хозяйствующих субъектов.

В диалоге власти с бизнесом и обществом достигнуто взаимопонимание относительно необходимости эффективной законодательной базы, оптимизации расходов субъектов (2 фактора из 14). Дальнейшие меры власти по повышению эффективности взаимодействия должны быть направлены на укрепление совместной ответственности сторон, путей формирования социального капитала, разделение и контроль социальных рисков, а также долгосрочность и взаимодействие сторон.

Бизнес в своих взаимоотношениях с властью и обществом нашел компромисс по необходимости создания функционирующих центров взаимодействия, социального инвестирования, финансовой поддержки, формирования социального капитала (4 фактора из 14). Бизнес ожидает шагов от власти и общества по сближению интересов в части эффективной законодательной базы, совместной ответственности сторон, налоговым льготам.

Общество полностью поддерживает власть и бизнес по вопросам необходимости совместной ответственности сторон и расширения социальных контактов, воспроизводства социальных отношений, числа взаимодействующих сторон, разделения и контроля социальных рисков (5 факторов из 14).

Отсюда следует наиболее согласованная позиция «власть-общество», «бизнес-общество» и наименее согласованная – «власть-бизнес».

Таким образом, в заданном поле эффективности субъектного взаимодействия можно идентифицировать:

- согласованность интересов или их рассогласование по различным элементам (факторам) среды взаимодействия;
- точки соприкосновения или проблемные точки для сближения интересов в рамках трехстороннего взаимодействия: власть, бизнес, общество.

В результате необходимо повышать значимость тех или иных факторов для

экономических субъектов – двигаться вдоль линии абсолютного равенства, а также сближаться к линии абсолютного равенства, особенно по факторам, обозначенным одним субъектом в приоритете, а другим субъектом – пока не признанные.

Предложенная автором методика выявления факторов и полей субъектного взаимодействия позволяет не только определить факторы, сформулировать выводы относительно проблем и перспектив построения эффективного субъектного взаимодействия власти, бизнеса и общества на территории присутствия, но и развивает экономику предпринимательства в части поиска современных механизмов оценки интересов хозяйствующих субъектов с целью совместного решения проблем социально-экономического развития.

4.3 Переход от двухстороннего к трехстороннему перекрестному взаимодействию: области перераспределения ответственности субъектов

В архитектуре современных взаимоотношений властных и предпринимательских структур, основанных на взаимном интересе и доверии, базовыми инструментами выступают как культура достигнутого взаимодействия, так и степень включения общества в данное партнерства в качестве активного и равноправного его участника.

В узком смысле слова сущность термина «партнерство» сводится к осуществлению совместной деятельности между участниками (не менее двух) на взаимовыгодной основе. Традиционно определяется круг покупателей (потребителей) и делаются прогнозы относительно их способности оплачивать производимые блага на определенном уровне. В широком понимании ориентация цели и задач партнерства происходит на запросы гражданского общества как основного потребителя благ. В этом смысле общество становится полноправным участником партнерства, который в полной мере использует результаты реализации ГЧП-проектов [119, с. 43].

Актуальной на сегодняшний день практической задачей является тот факт, что общество, являясь получателем результатов государственно-частных проектов, в триаде «власть-бизнес-общество» не достаточно ярко представляет свои интересы, становясь сторонним наблюдателем «диалога» бизнеса и власти. Так, по результатам исследования, проведенного А.Е. Зориной и А.В. Мозговой, большая часть опрошенного населения (87%) не доверяют информации, представленной в публичных отчетах компаний в области ГЧП; об отсутствии какой-либо возможности верифицировать представленные сведения и понять – является ли компания действительно социально ответственной, заявляют 85% опрошенных. По мнению вышеуказанных авторов, проблема заключается не в нормативных, экономических или иных барьерах, не позволяющих обществу включаться в трехстороннее взаимодействие, а в преимущественно виртуальном характере построения подобных коммуникаций в условиях длительного преобладания в российской практике хозяйствования двухсторонних форм взаимодействия в рамках социальной ответственности. То есть, на фоне документально закреплённых договоренностей органов государственной власти и бизнеса по реализации ГЧП-проектов, связи между бизнесом и населением, властью и населением по поводу социально ответственного взаимодействия носят эпизодический характер, или вовсе отсутствуют [111, с. 72]. Современное общество влияет на договорные отношения: вынуждает потенциальных партнеров базовые правила и взятые на себя обязательства, заставляющие выполнять их в рамках установленных социумом принципов. Население принимает на себя роль социального «контролера», тем не менее, не институционализируя свою озабоченность и не выводя ее в область реальных социальных отношений.

Однако, индифферентность рынка к социальным проблемам обуславливает излишнее вмешательство общества в их решение: обязательства берут на себя гражданские объединения, различные социальные движения. Таким образом, гражданскую активность можно понимать как проявление ответственности за происходящее в обществе или социальной группе [44, с. 5].

Неизбежно возникает необходимость повышения уровня взаимной ответственности перед гражданским обществом участников трехстороннего взаимодействия, построенного на принципах стратегического партнерства и на основе согласования интересов хозяйствующих субъектов за социально-экономическое развитие отечественной экономики.

Так, следует отметить тот факт, что современные демократические государства, опираясь на гражданское общество в решении задачи укрепления устойчивости политической системы и придания ей общественной силы, все более активно стремятся к построению партнерских отношений не только с бизнес-сообществами, но и с общественностью. Именно факторы неэкономического характера, такие как политическая и социальная стабильность, эффективность правоохранительной системы, независимый и справедливый суд, профессионализм государственной службы становятся важными инструментами, обеспечивающими высокую эффективность государственного управления, а публичные ценности становятся индикатором для построения взаимодействия власти, бизнеса и общества. Кроме того, трансформируется сама концепция государственного управления – от традиционной (Public Administration) к новой управленческой концепции «нового государственного менеджмента» (New Public Management – NPM), в рамках которой в свою очередь произошла смена управленческих основ – от менеджеризма к менеджменту публичных ценностей (Public Value Management – PVM). Современное понимание эффективности государственного управления актуализирует проблему взаимоотношений государства и общества, построенных на клиентоориентированности, индивидуализации и удовлетворенности потребителя.

Практики государственного управления в России пока еще далеки от модели PVM, однако, нарастание публичности взаимодействия власти с обществом, проявляющееся в формате гражданского активизма, по мнению ученых уже неизбежно и выражаются в следующем (см. доклад Л.И. Никовской «Гражданское участие и государство: рост запроса на публичность и диалог» [182]):

– на первый план выходит не только публичность государственного

управления, а его демократичность как закономерный итог интенсификации взаимодействия государства и общества;

– повышается роль населения в государственной политике в части производства и предоставления благ особого назначения – социально значимых, а, следовательно, и социальных ценностей.

Современный бизнес также рассматривается как ключевой участник системы общественных отношений, уровень зрелости которых и определяет степень включенности корпорации в гражданское сообщество. Чаще всего бизнес (корпорации, бизнес-сообщество) выступает как экономический актор и участник социальных отношений на конкретной территории присутствия. Однако сегодня бизнес как политически активный субъект формирует собственные рычаги влияния на политической арене.

Сотрудничество государства и предпринимательского сектора экономики обычно связывают с идеей «корпоративизма», которую в учебной литературе обозначают как систему институтов социальной ответственности бизнеса, приносящую плоды в связке с механизмом экономической ответственности, когда благое намерение реализуется за свой счет, на свой страх и риск [139, с. 434]. В российских условиях переход к корпоративной экономике сотрудничества является одним из факторов, определяющих модель современного гражданского общества. Формирование на предприятиях благоприятного социального климата также является важным фактором общего понимания коллективом целенаправленности работы, взаимной ответственности за результаты труда и справедливости. Также важным условием формирования гражданского общества в стране является трансформация взаимоотношений между предприятиями, производителям, потребителями как рыночными агентами. Речь идет о повышении уровня доверия друг к другу, принятии норм ответственного поведения, культуре контрактных отношений, базирующихся, в свою очередь, на законодательных усилиях государства и инициативе общества по построению системы межкорпоративного доверия, солидарности и социальной ответственности [139, с. 435]. С этой точки зрения вопросу о сопряжении

общегосударственных, производственных, ведомственных, социально-групповых, личных и иных интересов посредством развития и укрепления взаимоотношений в рамках треугольника «бизнес (корпорации) – государство – общество» необходимо уделять самое серьезное внимание.

Указанные выше факты и тезисы привели автора данного диссертационного исследования к новой постановке вопроса как о роли каждого из хозяйствующих субъектов в жизни общества, так и о влиянии общества на вариативность форм и методов экономических агентов по решению социально важных задач. Следовательно, наиболее актуальным с теоретической и практической точки зрения является не то, какое число социальных проектов реализовано, а как субъекты встраиваются в действующие «правила игры» и деятельность друг друга, трансформируя себя, своих партнеров и существующий порядок в процессе достижения общих целей и задач.

Во-первых, в современных условиях общей социальной направленности развития экономики произошла трансформация, переплетение и взаимопроникновение ролей каждого из субъектов экономики. Так, современное государство от политики государственного администрирования переходит к принципу публичности власти, основанному не столько на ее открытости перед обществом (знать цели, предпочтения, возможности, методы работы субъектов власти), использовании правительственных официальных коммуникаций и социальных сетей для трансляции и тиражирования эффективных социальных практик, сколько на формировании ценностно-нормативных оснований процесса согласования интересов всех участников диспута, создавая им новые возможности [57, с. 137]. Цель бизнеса трансформировалась от получения коммерческого эффекта в краткосрочном периоде до стабильного долгосрочного развития с непосредственным достижением эффекта социализации своей деятельности на принципах добровольности, постоянства и системности. Общество в своей роли из «контролера» вошло в стадию принятия активной гражданской позиции – гражданского активизма, вырабатывая собственное представление о своем социально-экономическом положении и получая возможность реализации

коллективного решения социально значимых и политических проблем с целью достижения желаемых позитивных результатов [52, с. 7], способствуя постепенной трансформации существующих процедур и практик, ориентированных на повышение эффективности публичного диалога.

Во-вторых, трансформация ролей обусловила переплетение, а иногда и взаимопроникновение ролей: государство стало более публичным, передавая часть своих полномочий экономическим субъектам (например, бизнесу); в функционировании бизнеса появились социально ориентированные цели, изначально характерные для государственных органов и ведомств, социума; общество становится активным участником экономических отношений наравне с бизнесом и государством.

Результатом трансформации и переплетения ролей субъектов явилось становление их трехстороннего перекрестного взаимодействия в условиях формирования новых общественных норм, согласования интересов, взаимной ответственности, в итоге обуславливающих перераспределение сфер ответственности. Переход от двухстороннего взаимодействия (решение отдельных социально значимых проблем общества путем взаимодействия власти и бизнеса, имеющих, как правило, краткосрочный эффект и принимающих форму разовых проектов с конкретным сроком реализации, как правило – в социальной сфере) к трехстороннему перекрестному взаимодействию (эффект долгосрочный или бессрочный, на постоянной основе, в любой сфере экономики), характерной чертой которого является системный подход к решению задач, значимых для общества, посредством реализации проектов в рамках принятой политики или программы на уровне компании. Включение в трехстороннее перекрестное взаимодействие для предпринимателя – социализированная среда, соответствующие принципы и условия осуществления предпринимательской деятельности в любой сфере и получение общественной поддержки; для общества – норма жизни, определяющая высокий уровень ее качества; для государства – получение дополнительных источников финансирования общественно значимых проектов, применение преимущественно косвенных методов государственного

регулирования («глубина» государственного регулирования) по стимулированию развития приоритетных отраслей, отдельных стадий воспроизводства, а также по активизации предпринимательской деятельности.

Авторская модель трехстороннего перекрестного взаимодействия представлена на Рисунке 38.

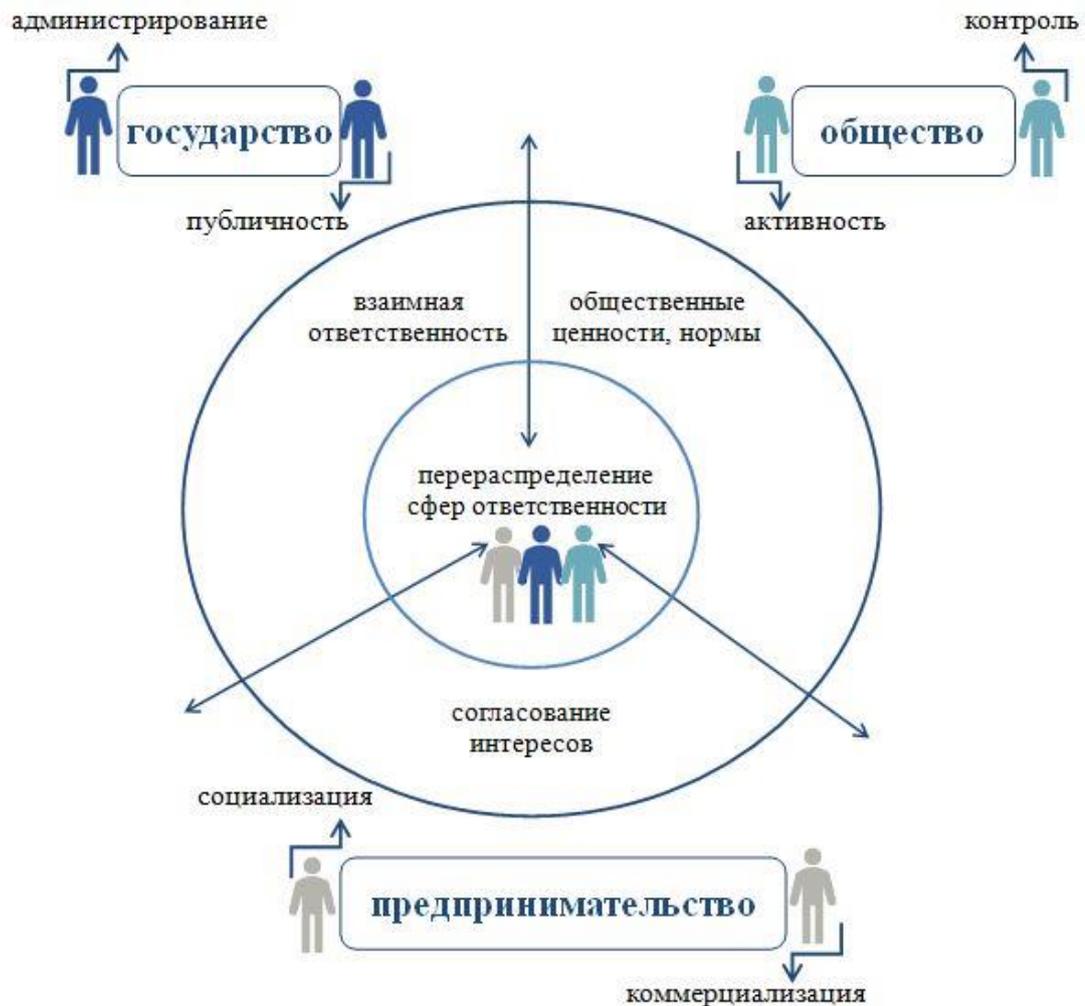


Рисунок 38 – Модель трехстороннего перекрестного взаимодействия

Следует отметить прямую зависимость между уровнем социальной ответственности взаимодействующих сторон и «полем» переплетения их интересов. Таким образом, трехстороннее перекрестное взаимодействие – это категория социально ориентированного рыночного общества. Эволюция взаимодействия экономических субъектов от частного двухстороннего до трехстороннего позволяет сделать вывод о важной тенденции социализации российской экономики, а именно – перераспределение сфер ответственности

экономических субъектов за социально-экономическое развитие, обусловленное ростом уровня социальной ответственности каждого участника взаимодействия с целью консолидации усилий и баланса интересов в процессе распределения благ.



Рисунок 39 – Методологическая платформа процесса взаимодействия субъектов

Методологическую платформу взаимодействия экономических субъектов составляют процессы, сопровождающиеся усложнением и изменением функций государственного регулирования, усилением взаимопроникновения участников в поле деятельности друг друга, перераспределением сфер ответственности между государством и бизнесом за социально-экономическое развитие, необходимостью соблюдения баланса интересов в условиях повышения активности каждого члена общества (гражданский активизм) (Рисунок 39).

Иницирующая роль государства во взаимоотношениях с бизнесом в России связана с компенсацией ограниченных возможностей рынка транзитивного периода и до настоящего времени не подвергается сомнению. Однако сегодня

власть все больше заинтересована в привлечении средств и управленческого опыта предпринимательских структур для выполнения стратегически важных проектов и социально значимых программ.

При исследовании различных поведенческих аспектов субъектов экономики автором акцентируется внимание на то, что в настоящее время эволюция их взаимодействия проходит этапы:

– первоначально происходит переход от двухстороннего ассоциированного к трехстороннему взаимодействию субъектов на принципах социального партнерства (постепенного достижения баланса интересов), которому присуща взаимообусловленность действий участников некоторого добровольного соглашения, контролируемого как государством, так и общественностью;

– трехстороннее взаимодействие эволюционирует в трехстороннее перекрестное взаимодействие, отличительной особенностью которого является трансформация ролей и функций субъектов-участников.

Таким образом, на основе изучения и обобщения отечественного опыта решения социально значимых проблем автором выделены основные формы взаимодействия субъектов, проявляющиеся в процессе становления социально-ориентированной экономики в России:

1. Двухстороннее частное взаимодействие представляет собой такую организацию экономических отношений между властью и бизнесом, при которой функционируют обособленные предпринимательские структуры под влиянием, с одной стороны, превалирования собственного частного интереса над общественными, с целью максимизации своей экономической выгоды или минимизации издержек, с другой – в условиях жестких директив власти, административных барьеров и дефицита бюджетных ресурсов.

2. Двухстороннее ассоциированное взаимодействие охарактеризовано понимаем бизнеса необходимости интеграции не в корпорации с целью получения прибыли или захвата рынка, а в союзы и объединения с целью консолидации усилий по более формальному продвижению своих экономических интересов во власти. Органы государственного управления, в свою очередь, осознавая

необходимость привлечения предпринимательства к решению социальных проблем общества, вступают с ним в конструктивный диалог в условиях высокой степени ожидания бизнесом компенсации со стороны государства, которая является экономическим мотивом осуществления социально значимой деятельности. В этой связи формируется область «перекрестной» ответственности государства, бизнеса и населения как важнейшая социальная составляющая развития общества, в котором не только государство, но и бизнес становится полноправным участником социальных отношений. Развитие достигнутого трехстороннего взаимодействия государства, бизнеса и общества на основе стратегического партнерства обеспечивается посредством роста доверия и расширения зон согласования интересов его участников, предопределяя принцип взаимной ответственности за деятельность друг друга.

3. Трехстороннее перекрестное взаимодействие как более развитая форма трехстороннего взаимодействия в условиях социально-ориентированной рыночной экономики охарактеризовано не только пониманием каждым субъектом своей роли в социально-экономических отношениях, но и возможностей для ее трансформации, предопределяя перераспределение сфер ответственности между властью, бизнесом и обществом.

Таким образом, достижение трехстороннего взаимодействия, основанного на сближении государственных и частных интересов, сопровождается с одной стороны, расширением сфер и механизмов применения косвенных инструментов государственной политики («углубление» регулирующей функции) в условиях становления социализированной предпринимательской среды, другой – обусловлено включением общества в субъектное взаимодействие на принципах взаимного интереса и взаимной ответственности за социально-экономическое развитие, предопределяя неизбежное взаимопроникновение в деятельность друг друга.

В сложившихся условиях становится очевидным, что дальнейшее развитие российской экономики невозможно без модернизационных процессов, фундаментом которых должна стать новая социально-экономическая политика

государства, ориентированная на устойчивый экономический рост и ликвидацию диспропорций в структуре национального хозяйства. Важнейшим аспектом такой политики является формирование целостной концепции социализации предпринимательской среды и предпринимательства на основе успешной интеграции бизнеса в новые социально-ориентированные условия хозяйствования при условии активного включения государства и общества в среду трехстороннего перекрестного взаимодействия.

ГЛАВА 5 КОНЦЕПЦИЯ СОЦИАЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ

5.1 Тенденции развития социализированных предпринимательских структур

Как было обосновано в диссертационном исследовании, социальный вектор современных трансформационных экономических процессов находит свое непосредственное отражение в долгосрочных целях социально-экономического развития РФ в части обеспечения качества жизни и роста общественного благосостояния, и, как следствие, социальной стабильности. Активизация социальной функции хозяйствующих субъектов при непосредственной трансформации их роли и взаимответственности в процессе решения социально-экономических и экологических проблем несомненно способствует достижению задач, стоящих перед обществом. Кроме того, с целью противостояния вызовам и трудностям последнего десятилетия (мировое распространение COVID-19, введение санкций, падение цены на нефть и т.д.) отечественной экономике необходимы не только нормативно закреплённые проекты и программы развития, но и идеи, способные воплощаться в настоящих условиях хозяйствования и на конкретных территориях и связанные, прежде всего, с благополучием, безопасностью, достатком, нравственной чистотой членов общества. Немаловажную роль в решении данной задачи играет гражданская самоорганизация и увеличение уровня деловой активности населения, делая предпринимательство более доступной и комфортной формой хозяйствования.

Активизация социальной направленности функционирования бизнеса актуализирует проблему становления новой социализированной бизнес-среды, создающей в итоге условия для расширения круга субъектов социальной политики.

По мнению автора, привлечение бизнес-структур к реализации социально значимых задач неизбежно сопровождается социализацией среды

функционирования бизнеса, а дальнейшая интенсификация процесса социализации бизнес-среды способствует дуализму процесса социализации предпринимательства – как дальнейшее совершенствование практик социальной ответственности субъектов (КСО), так формирование и развитие блока социальных предпринимателей как носителей специфичного подхода к ведению социально-экономической деятельности (Рисунок 40).



Рисунок 40 – Двуетная сущность процесса социализации предпринимательства

Во-первых, усиление социальной ответственности предпринимательской деятельности является важным условием минимизации негативных последствий функционирования бизнеса не только в экономической сфере, но и в сфере экологии. В свою очередь, становление социализированной бизнес-среды увеличивает вклад компаний в стабильное развитие экономической, экологической и социальной сфер российской экономики на добровольной основе, когда социально ответственные практики напрямую не связаны с основной деятельностью хозяйствующего субъекта и выходят за границы принятых норм и определенного законодательного минимума. В частности, пересматривается сущность корпоративной социальной ответственности посредством ее включения в систему социального партнерства, развивается механизм взаимной ответственности и взаимного контроля со стороны всех участников за ходом и результатами решения социально значимых задач.

Во-вторых, в современной практике предпринимательства активное развитие получила его особая форма – социальное предпринимательство, позволяющее интегрировать в своей деятельности три основных принципа: новая социальная функция, предпринимательское новаторство, устойчивая самоокупаемость.

В итоге, посредством расширения «зон» социальной ответственности и активного развития практик КСО формируется устойчивая положительная деловая репутация предпринимателя перед властными структурами, обществом и экономическими акторами, способствуя укреплению рыночных позиций и долгосрочному стабильному развитию бизнеса.

Как показывает практика, реализация программ по социальной ответственности особо затруднительна в период первых двух лет с начала открытия предпринимательской фирмы, что связано в первую очередь с низкой окупаемостью капиталовложений и недостаточной развитостью самого бизнеса. Расширение деятельности фирмы дает свой положительный эффект масштаба (рост числа работников, партнеров и стейкхолдеров, возможность минимизации издержек и т.п.) и трансформирует практики КСО в высшую их форму – социальное партнерство.

Соблюдение принципов социальной ответственности бизнеса неизбежно сопровождается включением в решение текущих и стратегических задач деятельности фирмы как отдельных ее работников, так и их сообществ (профсоюзная организация) в качестве структур, контролирующих бизнес в части исполнения социальных гарантий условий труда и отдыха, заботы о здоровье и т.п. Кроме того, социальные программы, реализуемые предпринимательскими структурами, все чаще носят системный характер, как инициативы на долгосрочной основе и требующие значительных капиталовложений. Речь идет не только о внешних программах, но и внутренних, например, необходимость проведения мероприятий по дополнительному профессиональному образованию (ДПО) кадров с целью овладения ими уникальных компетенций.

Современная практика корпоративной социальной ответственности сложна

и многообразна. Устойчивое развитие, фокусировка на клиентах, корпоративная ответственность перед обществом и окружающей средой, благотворительность, спонсорство, венчурная филантропия – это лишь немногие понятия, которыми оперирует социально ответственный бизнес в настоящее время. Аналитики разных стран мира не прекращают попытки рассчитать окупаемость социально ответственных методов ведения бизнеса [92, с. 47; 260; 313, с. 750; 21, с. 150; 202, с. 319]. С точки зрения их подхода, корпоративная социальная ответственность выступает как специфическая форма разумного менеджмента, максимизирующего долгосрочные выгоды, которые можно заранее оценить. При этом предпринимательские структуры вынуждены учиться конкурировать в новой ценностно-ориентированной среде, в особой шкале нравственных ценностей. И число компаний, вовлеченных в такую среду, ежегодно растет. Одним из доказательств данного факта является постоянный рост российских компаний, публикующих нефинансовую отчетность, а также увеличение числа опубликованных нефинансовых отчетов (экологических, социальных, отчетов по устойчивому развитию) (Рисунок 41).

Как видно из рисунка 41, количество опубликованных отчетов по корпоративной социальной ответственности в российской практике с каждым годом заметно возрастает. Особенно быстрыми темпами растет число социальных отчетов, опубликованных в электронной форме. Некоторые могут высказать сомнения, относительно правдивости и адекватности отраженных в таких отчетах сведений, предполагая в них наличие простого пиара. Однако тот факт, что эти отчеты существуют, свидетельствует о том, что компании ощущают объективную необходимость хотя бы казаться социально ответственными. И причины этого явления гораздо более глубокие, чем просто дань моде.

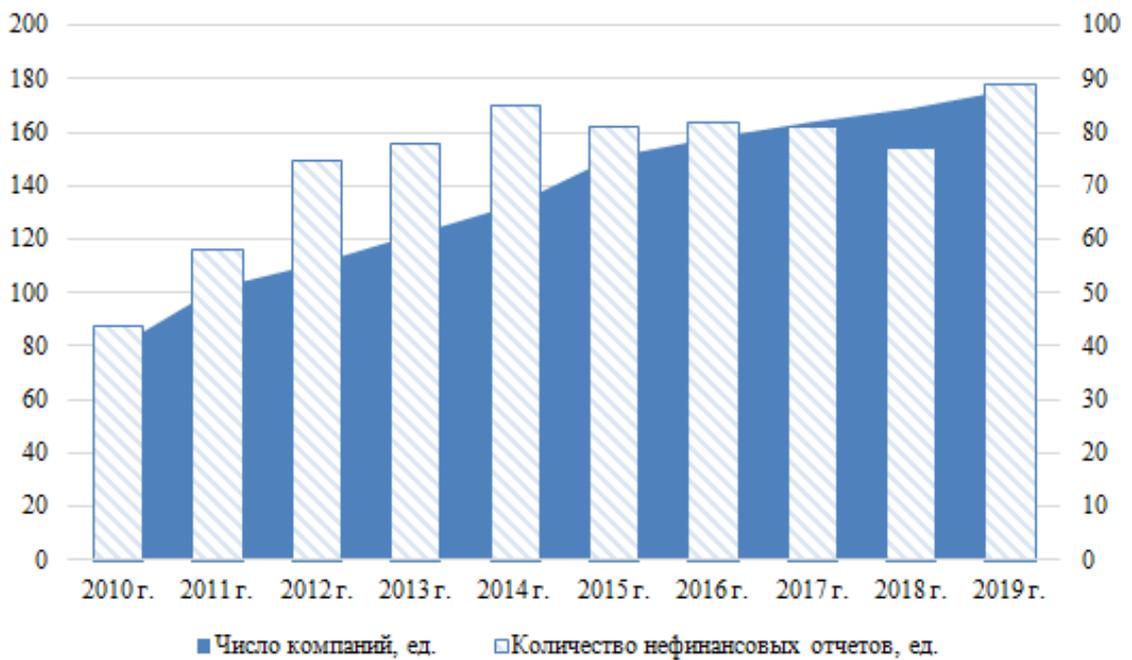


Рисунок 41 – Число компаний, раскрывающих нефинансовую отчетность (нарастающим итогом), и количество нефинансовых отчетов, ед. [221]

С конца XX века ученые наблюдают за тенденциями изменения системы ценностей в индустриально развитых странах. Так, было выявлено, что респонденты более молодого возраста предпочитают нематериальные или эмансипативные ценности, к которым относятся духовное благополучие, защита окружающей среды, самовыражение, толерантность и др. Респонденты более старшего возраста, напротив, отдают предпочтение материальным или конформистским ценностям, среди которых материальное благополучие, карьерный рост, безопасность, личные достижения. При этом важно, что названные ценности, формируясь в первые годы становления личности, являются постоянными и сохраняются на протяжении всей жизни, мало изменяясь с возрастом. Данный феномен можно объяснить с позиции теории потребностей Маслоу: поколение, выросшее в послевоенные годы, действительно отдает предпочтение материальным благам, в то время как в последующих поколениях, не знающих разрухи и голода, начинают преобладать нематериальные ценности.

Отсюда можно сделать три важных вывода:

1) Корпоративная социальная ответственность – это не дань моде, а новая

объективная реальность, являющаяся свидетельством фундаментального изменения системы ценностей нового поколения. Ряд институтов (партийная система, политические структуры, общественные движения) уже адаптировались к сложившейся ситуации. То же предстоит сделать и современному бизнесу.

2) Современные компании вынуждены работать в среде конфликтующих ценностей. Старшее поколение в качестве ценностных ориентиров рассматривает экономический рост, стабильность, материальный успех и конформизм, в то время как молодое поколение ориентировано на социальную справедливость, заботу об окружающей среде, терпимость. Бизнесу придется научиться маневрировать в этом континууме разнонаправленных ценностных векторов, что с одной стороны, порождает целый ряд вызовов, а с другой – открывает предпринимателям новые возможности.

3) В различных обществах корпоративную социальную ответственность воспринимают по-разному. Например, вопросы охраны окружающей среды являются более приоритетными в странах Западной Европы, чем, например, в Восточной Европе, Индии или Китае. Это означает, что при условии устойчивого экономического роста экологические проблемы станут актуальны для следующих поколений восточных европейцев, индийцев и китайцев, в связи с чем у ряда успешных сегодня компаний могут возникнуть серьезные проблемы в будущем.

Таким образом, представители современного отечественного предпринимательского сектора, различные по организационно-правовым формам, объемам своего бизнеса и сфер деятельности, отмечают возросшую актуальность и необходимость расширения социально ответственных программ и практик КСО, определяя себя как активного субъекта социальной ответственности.

Социальная активность компаний начала сосредотачиваться относительно конкретных областей, непосредственно связанных с их финансово-хозяйственной деятельностью. Безусловным плюсом социальной ответственности, интегрированной в практику ведения предпринимательской деятельности, является нивелирование противоречий между интересами бизнеса и общества.

Кроме того, актуализируется необходимость развития социального

предпринимательства как основного направления социализации российского бизнеса, требующей не только практического расширения и закрепления социальной миссии функционирования экономических акторов, но и применения комплексного подхода к формированию законодательных инициатив в части оказания государственной поддержки социально-ориентированным экономическим субъектам и в целом нормативно-правовой платформы их деятельности.

Как показывает российская практика, полноценное и стабильное финансирование своих социальных проектов остается ключевой проблемой именно для малых и средних форм бизнеса, представители которых преобладают в сфере социального предпринимательства (Глава 3.3). Ситуация усложняется снижением доступности социальных предпринимателей к государственной поддержке и кредитованию в условиях бюджетного дефицита и санкционной политики, проводимой странами Европы и США. Требуется поиск новых дополнительных источников финансирования, в том числе в рамках антисанкционных мер, уже предпринятых Правительством РФ в период с 2014 года.

В целом, необходимо отметить основные детерминанты развития социализированных форм бизнеса, подразделив их на группы в зависимости от характера влияния:

1) Положительные детерминанты: повышение «озабоченности» государства в части необходимости усиления социализации предпринимательских структур; развитие социальной инфраструктуры; стабильный рост уровня жизни населения; достижение бизнесом самокупаемости своей деятельности, в том числе и социальной, как результат синергетического эффекта от партнерского субъектного взаимодействия.

2) Отрицательные (сдерживающие) детерминанты: неизбежное укрупнение бизнеса и построение интегрированных бизнес-структур, опосредованное глобализационными трансформационными процессами; стремительное развитие торговли в рамках сетей; ограниченный перечень сфер предпринимательской

деятельности, в рамках которых зафиксированы разнообразные практики социального ответственного поведения.

В результате в России наблюдается постепенное формирование новой модели социально-экономического развития хозяйствующих субъектов различных иерархических уровней: макроуровня (страны), мезоуровня (региона) и микроуровня (организации, субъекта) под воздействием современных трансформационных процессов. Становление демократических основ гражданского общества и интенсификация социализации предпринимательских структур достигаются в рамках модели за счет ресурсосберегающего и сбалансированного применения экономико-социальных и экологических инструментов ведения хозяйственной деятельности. На практике данная модель реализуется посредством повсеместного включения в бизнес новых социальных технологий, успешное использование которых обусловлено целым рядом взаимозависимых факторов, выделенных автором. Основными среди них являются:

1) Синергия связей, создающих предпринимательскую ценность. В начале XX века в бизнесе господствовала тенденция самодостаточности, то есть крупные корпорации самостоятельно производили все необходимые комплектующие, узлы, полуфабрикаты, запчасти для выпускаемой ими продукции. Начиная с середины XX века объективные тенденции глобализации и интернационализации посредством усиления конкурентной борьбы все более жестко диктовали бизнесу требования роста эффективности и сокращения затрат, что привело к усилению международного разделения труда, углублению специализации и формированию тесной кооперации производителей. В конце XX века, в развитую индустриальную эпоху, это позволяло крупнейшим мировым корпорациям получать сверхприбыли и увеличивать свои капиталы в геометрической прогрессии. В начале XXI века на смену глобализации и интеграции пришли тенденции социализации, которые к настоящему времени проникли практически во все сферы жизнедеятельности общества. Следовательно, сегодня лидерами становятся те производители, которые осознают, что секрет успеха современного

бизнеса кроется в синергии взаимосвязей и взаимодействий между компаниями, людьми и их идеями, подкрепленными общими интересами и ясными долгосрочными целями. Только при условии, когда все работают как единая слаженная команда для достижения поставленного результата, компания обречена на успех.

2) Сила гражданского коллективизма – является закономерным следствием первого фактора. В XX веке преимущество на рынке имели крупные корпорации, независимо от действий конкретных работников, акционеров или собственников. В XXI веке ключевым корпоративным ресурсом становятся люди, их знания, идеи, новаторство и способность к взаимодействию. Осознанность гражданской ответственности приводит к формированию социализированной среды, где наиболее успешными становятся те компании, которые открыты к обмену знаниями, к взаимодействию с разнообразными сообществами, к формированию коллективного разума, а измерителем успеха становятся не индивидуальные достижения, а результат работы всего сообщества, как единого слаженного механизма. И чем более развито будет гражданское общество, тем большее значение данный фактор будет приобретать.

3) Гибкое корпоративное управление. Поиск оптимальных моделей управления компанией продолжается уже не первое столетие. В разные временные эпохи господствовали различные модели: от жестких административных структур управления с ярко выраженной вертикалью власти, до мягких, практически неуправляемых сверху либеральных моделей, где каждый мог общаться друг с другом на равных. Современный этап предпринимательства диктует необходимость гибкого управления, при минимальном количестве преград между взаимодействующими сторонами. Четкое понимание траектории развития бизнеса, соподчиненность целей каждого из участников предпринимательской деятельности общей корпоративной цели, быстрое и свободное реагирование на возникающие проблемы и ответственность за принимаемые решения, формируют устойчивый фундамент развития современного социализированного корпоративного сектора в долгосрочной

перспективе.

4) Новый взгляд на потребителя. Формирование открытой социализированной предпринимательской среды вынуждает компании выстраивать партнерские отношения со всеми взаимодействующими сторонами, в том числе и с потребителями. Социально ответственные предприниматели стремятся выстроить со своими потребителями партнерские отношения, вовлекая их в обмен идеями и часто инновационными решениями. Тем самым меняется ключевая роль потребителя в социализированной бизнес-среде: вместо конечного пункта в цепочке получения прибыли, он становится полноправным участником формирования целостной системы предпринимательского мышления, превращаясь в источник получения дополнительной прибыли и конкурентных преимуществ. В результате складывается симбиоз, при котором выгоду получают все участники процесса.

5) Ошибки как стимул к развитию. Готовность к сотрудничеству и партнерству в условиях социализированной бизнес-среды способствует формированию особых отношений между взаимодействующими субъектами. Законы доминирования, строгой иерархии, управления слабыми в современных условиях теряют свою актуальность. Социальная ответственность, проявляющаяся на различных уровнях, дает возможность каждому высказывать свое мнение, отдавать свой голос за реализацию желаемой социальной программы, принимать участие в достижении общих целей, а, следовательно, и результаты принятых решений (как успешные, так и не очень) делятся среди всех взаимодействующих сторон. Поэтому дилемма «я прав – ты виноват» постепенно уходит в прошлое. В процессе совместного поиска новых путей решения возникающих вопросов и работы над совершенными ошибками укрепляется доверие между сторонами, а это в свою очередь является залогом устойчивого поступательного развития любой современной компании.

В итоге социализацию предпринимательской среды, по мнению автора, следует рассматривать как новую культуру, где каждый субъект экономических отношений выступает как полноправный гражданин, имеющий право голоса и

поддерживающий общие ценности и цели. Такая культура позволит бизнесу не только объединить все заинтересованные стороны одними целями, но и дополнительно вовлечь людей в создание компании «нового качества» без дополнительных финансовых затрат.

Несомненно, в разных отраслях есть свои особенности, на которые накладываются цели компании и устоявшиеся практики управления бизнесом. Однако в современном мире быстро меняющихся технологий и информации эти практики могут в скором времени исчезнуть. Постоянные количественные и качественные изменения непременно приведут общество к новому эволюционному скачку. Поэтому применение лучших практик социальной ответственности и социального предпринимательства в совокупности с использованием современных социальных технологий и решений в управлении позволят своевременно выявить в бизнесе «узкие места», требующие совершенствования как во взаимодействиях внутри компании, так в ее внешнем окружении при выстраивании отношений с клиентами и партнерами. Использование подобных социальных рычагов для стимулирования и вовлечения всех заинтересованных сторон в инновационный процесс позволит современным предпринимателям в конечном счете усилить свои конкурентные преимущества на рынке.

Таким образом, по мнению автора, в настоящее время наблюдается устойчивая тенденция социализации среды функционирования предпринимательских структур, усиливающаяся по мере расширения круга субъектов социальной политики под воздействием современных преобразований в экономике и социуме. Интенсификация социальной направленности бизнес-среды обуславливает два основных направления социализации бизнеса – повышение социальной ответственности и расширение сферы социального предпринимательства. Актуальность исследования проблематики социально ответственного поведения предпринимательства возрастает не только по причине достижения стабильного развития сфер народного хозяйства, но и в условиях постоянно растущих рисков и геополитических угроз современности,

нивелирование которых является важным фактором формирования развитого гражданского общества и укрепления его демократических основ.

5.2 Концептуализация процесса социализации предпринимательства

Как было обосновано в предыдущих главах диссертационной работы, важным фактором, предопределяющим усиление ответственности бизнеса за свою деятельность, является понимание предпринимательскими структурами необходимости трансформации своей роли (миссии) как социально активного экономического актора, актуализируя развитие особой формы бизнеса – социальное предпринимательство. Деятельность современного социального предпринимателя имеет весьма существенную специфику по сравнению с другими субъектами предпринимательской деятельности, обусловленную природой его возникновения и особенностями сферы деятельности. В связи с этим разработка стратегических перспектив развития социального предпринимательства как специфического субъекта бизнеса, а также социализированной предпринимательской среды, с учетом ее системного характера, целевой направленности и инновационного подхода к организации и ведению бизнеса выходят на первый план в повестке проведения государственной политики (Рисунок 42).

Особую значимость в рамках процесса социализации бизнес-среды приобретает распространение социализированных форм предпринимательства, отличных от социального предпринимательства, повсеместно во всех отраслях национальной экономики как результат формирования социализированной бизнес-среды. Не вызывает сомнения и тот факт, что разработка научно-обоснованных подходов к разрешению проблемы определения стратегических перспектив развития как социального предпринимательства, так и других форм бизнеса в условиях СОПЭ носит комплексный характер, требующий концепции (Рисунок 43).

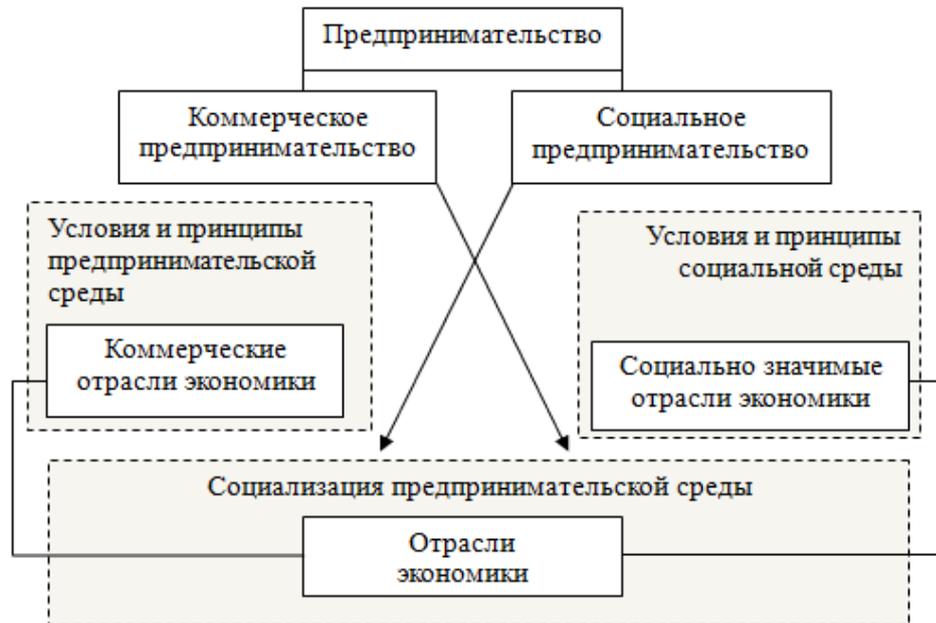


Рисунок 42 – Социализация предпринимательской среды в экономике России

На рисунке 43 в основу концептуального подхода положены результаты исследования современного состояния и динамики развития социализированной предпринимательской среды, теоретико-методологические основы социализации предпринимательства, оценка потенциала данного процесса и его эффективности.

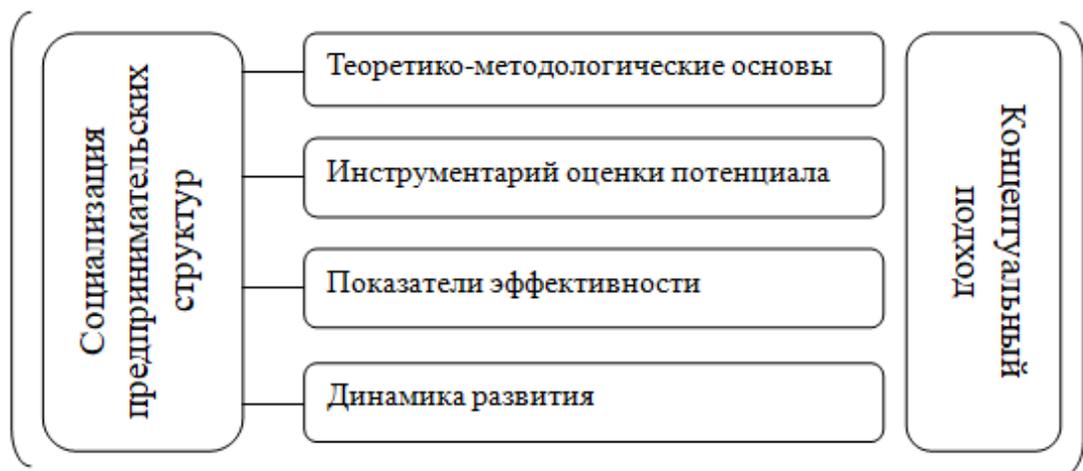


Рисунок 43 – Предпосылки концептуального подхода к процессу социализации предпринимательских структур

По мнению автора, принцип научности при разработке концепции социализации предпринимательства позволит обеспечить совокупность

исследовательских сфер, представленных на рисунке выше. При это отмечается, что немаловажным фактором является практическая приемлемость концепции для хозяйствующих субъектов, определяющая возможность для позитивных изменений ее содержания в ходе применения инструментов и механизмов данной концепции в реальной предпринимательской деятельности.

Проблема разработки концепции социализации предпринимательской деятельности актуализируется целым рядом факторов. Во-первых, объективным процессом перехода российского общества на инновационный вектор развития. Во-вторых, настоящей ролью социализированных бизнес-структур как важнейших субъектов не только экономических и экологических, но и социально-культурных трансформаций в обществе. В-третьих, недостатком глубины теоретико-методологических и практических исследований проблем социализации бизнеса применительно к российской действительности и ее отдельным сферам, например, таким как теоретическое осмысление потенциала социальной ответственности бизнеса и социального предпринимательства, а также ресурсов для его наращивания.

Объективная необходимость разработки концепции социализации предпринимательства диктуется общей логикой перехода к социально-ориентированной модели российской экономики. Рост предпринимательской активности хозяйствующих субъектов, характерный для общей макроэкономической ситуации современной России последнего десятилетия, а также возникновение благоприятных условий для развития всего предпринимательского сектора с учетом потребностей формирующегося гражданского общества актуализируют проблему соответствия качественных и социально-этических параметров деятельности бизнеса реалиям социальной среды, в которой функционирует российская экономика, а также тенденциям развития мирового рыночного хозяйства. Данная задача не может быть решена без концептуального подхода к исследованию трансформации роли и места бизнеса в новой системе общественных отношений (Рисунок 44).

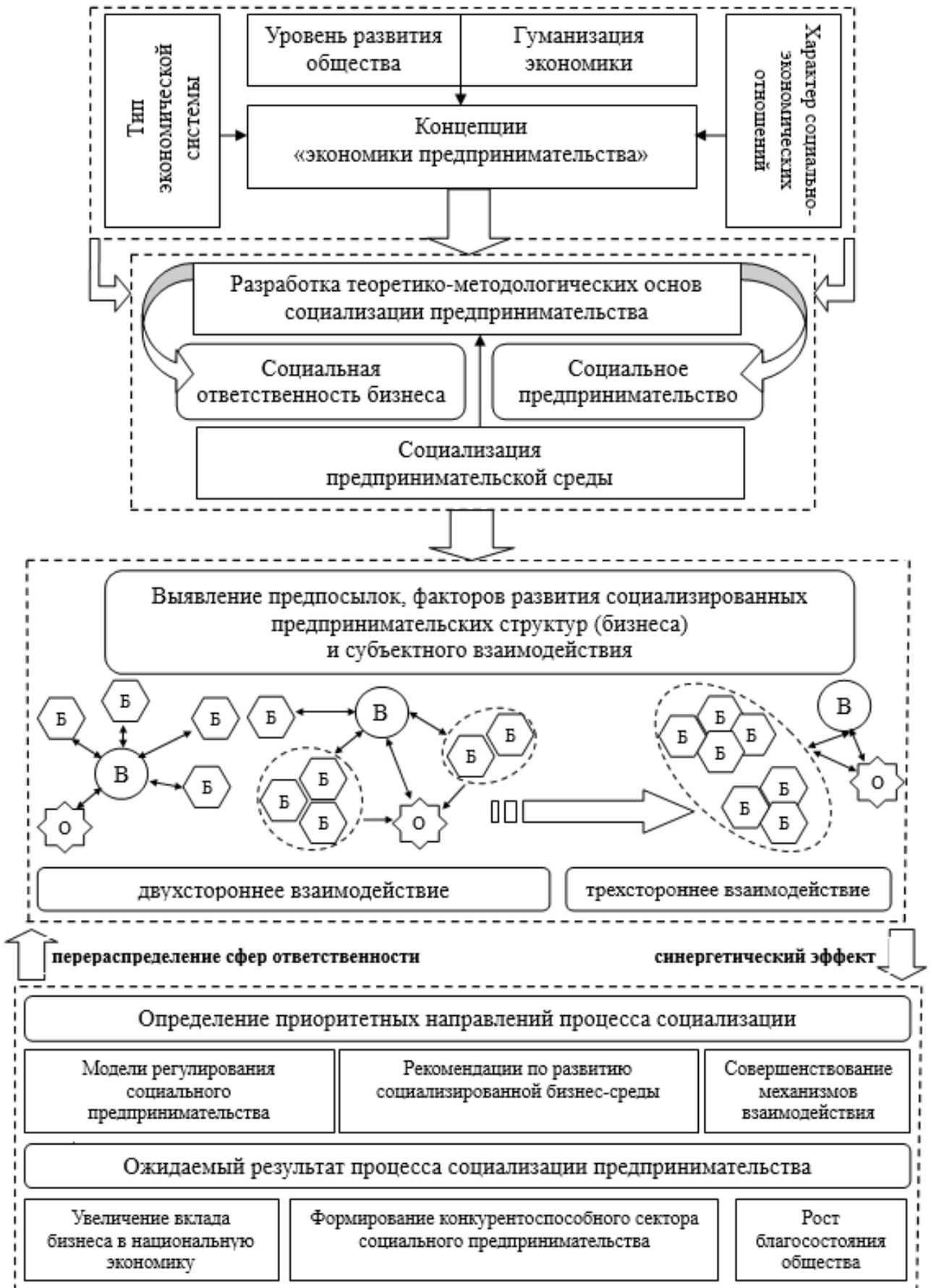


Рисунок 44 – Концептуальное понимание процесса социализации предпринимательства

На основании вышеизложенного, на рисунке 44 автором представлено концептуальное понимание процесса социализации предпринимательства, выявлены сферы его формирования и основные направления реализации в современных российских условиях.

С одной стороны, необходимо отметить наличие прямого воздействия итогов взаимодействия социализированных субъектов на определение приоритетных направлений процесса социализации и его ожидаемых результатов. С другой стороны, перераспределение сфер ответственности, обуславливающее рост социальной активности предпринимательских структур, в свою очередь оказывает влияние на инструменты и механизмы субъектного взаимодействия. Наличие подобной обратной связи между этапами концептуального понимания процесса социализации бизнеса необходимо при нивелировании каких-либо негативных тенденций социализации предпринимательской среды, которые в дальнейшем должны обязательно подвергнуться преобразованиям в соответствии со сложившимися условиями или выявленными обстоятельствами.

Особую роль в достижении устойчивости и долгосрочности развития национальной экономики в условиях формирования социально ответственного поведения экономических субъектов играет ожидаемый результат процесса социализации предпринимательских структур, достижение которого подразделяется автором по трем направлениям (блокам).

Блок 1. Увеличение вклада бизнеса в национальную экономику.

В современной научной литературе значительная роль предпринимательства (в том числе его средних и малых форм) в социальном и экономическом развитии страны, равно как и проблемы его функционирования, не подвергаются сомнению. Так, малые и средние предприятия постепенно заполняют ниши экономики, которые вынуждены терпеть лишения в связи с действием международных санкций. Малое предпринимательство наполняет рынок разнообразием товаров и услуг, создавая здоровую конкурентную среду и обеспечивая занятость населения [172]; являются генераторами многих бизнес-идей, движущей силой осуществления инноваций, роста занятости и конкуренции

в экономике [234, с. 14].

Поэтому приоритетной задачей в рамках национального проекта по формированию инфраструктуры и сервисов поддержки всех субъектов малого и среднего предпринимательства становится их привлечение в такие нетрадиционные для предпринимательства отрасли как научно-техническая, экология, здравоохранение, благоустройство городской среды, а также социальная сферы [211, с. 257, 259].

Кроме того, современная ситуация, связанная с мировой пандемией и напряженной геополитической обстановкой, создает крайне тревожную тенденцию спада национальной и мировой экономики, провоцирующую сложные социально-экономические условия функционирования экономических субъектов [49, с. 17]. В масштабе национальной экономики степень остроты социально-экономических проблем так же зависит от «возможностей» и ресурсов их решения на территории присутствия (в регионах). Поэтому перед системой регионального управления стоит задача поиска новых механизмов и инструментов, которые будут способствовать преодолению проблем различных сфер экономики, в том числе и социальной. За счет средств бюджетов различных уровней и внебюджетных фондов это сделать невозможно [104, с. 64]. Поэтому важная роль отводится применению предпринимательского подхода к решению проблем, значимых для общества. В этой связи большие перспективы предпринимательство имеет при реализации социально значимых программ и проектов, в рамках которой индивид или целые социальные группы выступают агентами трансформационных процессов (общественных и экономических), проявляют социальную активность, взаимодействуя друг с другом, создавая новые навыки, практики и сообщества [168, с. 76].

Заданные векторы и механизмы развития социализированных форм бизнеса будут способствовать формированию качественно новых результатов в социально-экономической среде территории, а создание и применение инструментов по формированию благоприятной социальной бизнес-среды будет способствовать наиболее полному удовлетворению потребностей населения,

достижению социальных благ, обуславливая качественные изменения в положении отдельных социальных групп и общества.

Блок 2. Формирование конкурентоспособного сектора социального предпринимательства.

Как отмечено автором выше, создание социализированной бизнес-среды является одним из основополагающих направлений современной социально-экономической политики государства. Однако это не является достаточным для формирования сегмента социальных предпринимателей, конкурентоспособных в условиях превалирования рыночных методов ведения хозяйства.

Во-первых, к наиболее серьезным факторам риска, влияющим на деятельность СП сегодня, относят недостаточность финансовых ресурсов. В этой связи актуализируется проблема поиска инструментов финансирования деятельности СП, отличных от разовых поддержек в рамках грантов, конкурсов и т.п. [72, с. 34]. Так, мировая практика функционирования сегмента социальных предпринимателей транслирует принципиально новый подход к финансированию СП, основанный на следующих принципах:

- формирование институтов на национальном и региональном уровнях, осуществляющих координацию финансирования СП;
- развитие социального инвестирования, в том числе государственного;
- расширение источников притоков капитала посредством создания специализированных фондов;
- наличие консультативного сопровождения деятельности СП в части компьютерного обеспечения, правового поля, волонтерства и т.д.

Предложенный подход к формированию принципиально новой сферы социального инвестирования обеспечивает самофинансирование и устойчивость СП, позволяя в итоге мобилизовать экономические ресурсы с целью аккумуляирования и перенаправления средств не только на решение общественно значимых задач, но и на новые источники инвестирования.

Во-вторых, современные глобальные трансформационные процессы (см. Главу 1), дифференциация услуг и появление их специфичных видов (см. Главу 2)

обуславливают поиск различных форм, механизмов удовлетворения растущих потребностей человека, в том числе и социальных. В данном контексте актуализируется проблема развития форм социального предпринимательства на принципах конкурентности и кооперирования, успешное функционирование которого способствует как росту эффективности социальной сферы, так и степени удовлетворения социальных потребностей населения.

Многогранность подходов к определению термина «социальное предпринимательство» (см. Главу 3) предопределяет широту сфер национальной экономики, охватываемых данным экономическим феноменом. Так, российские ученые, исследующие проблемы функционирования СП, до настоящего времени отмечают отсутствие единства в определении характерных черт подобных субъектов хозяйствования [102, с. 142]. Но при таком подходе значительно расширяются границы отнесения к социальному предпринимательству. Это и субъекты коммерческого сектора, и неприбыльные организации третичного сектора экономики, и государственные организации [247, с. 32]. Таким образом, в условиях российской социально-ориентированной рыночной экономики зарождается новый субъект хозяйствования, миссия которого заключается не только в решении социально значимых проблем, но и стать полноценным участником и даже инициатором социальных трансформаций.

Блок 3. Рост благосостояния общества.

Безусловно, уровень благосостояния и темпы социально-экономического развития, качество экономического роста – категории взаимозависимые. В научной литературе выделяют следующие основные факторы, позволяющие решить, например, проблему бедности: создание условий, необходимых человеку для достаточного заработка; эффективное оказание помощи социально уязвимым группам населения; противодействие нарушениям норм, прав и интересов граждан при доступе к бесплатным социальным услугам и т.п. Чтобы устранить негативные эффекты, государственная политика должна быть ориентирована на инвестирование в человеческий капитал, обеспечивающийся увеличением государственных социальных услуг [282, с. 71-72]. Это не только основные

минимальные социальные гарантии, которые устанавливаются на законодательном уровне для реализации конституционных прав каждого гражданина, а скорее условия правового и социо-эколого-экономического характера, которые смогут обеспечить достойную жизнь и свободное развитие человека.

В этой связи актуальным в очередной раз становится вопрос о расширении спектра социо-эколого-экономических проблем, решаемых посредством включения бизнес-организаций, предопределяя наращивание пула хозяйствующих социально ориентированных субъектов и становление новых социализированных форм бизнеса с целью достижения более полного и качественного удовлетворения потребностей современного человека и общества. Формирование и совершенствование практик социальной ответственности и социального предпринимательства мультипликаторным эффектом положительно отразится на состоянии современной инфраструктуры, позитивно влияя на устойчивость экономического роста, способствуя достижению долгосрочной цели социально-экономического развития – повышение уровня и качества жизни населения.

Авторская концепция не рассматривается как нечто заданное и единственно возможное. Автором допускается существование альтернативных инструментов развития предпринимательской среды в условиях социализации экономики, выбор которых может быть обусловлен различными микро- и макроэкономическими факторами: финансовым состоянием субъектов предпринимательства, их ресурсным потенциалом, системой внутрикорпоративного управления, условиями внешнего регулирования и так далее. Представленная концепция имеет целью формирование системного видения стратегических перспектив развития предпринимательской деятельности в условиях социализации экономики (коэволюционный процесс).

Одним из инструментов реализации концепции социализации предпринимательства является модель регулирования социального предпринимательства, на которой остановимся подробнее.

По мнению английского экономиста У. Петти социальное

предпринимательство функционирует во взаимосвязи и взаимозависимости с обществом. Несмотря на свою специфичность и являясь экономическим актором, социальный предприниматель подчиняется действию общих для всех субъектов предпринимательства экономических законов и закономерностей. Осуществляя свою деятельность «для» и «в условиях» социума, функционирование социального предпринимательства также регламентируется действующими в обществе нормативно-правовыми положениями, а значит – подвержена управлению и регулированию [194, с. 353-354]. Следовательно, эффективность реализации государственных функций по регулированию и управлению оказывает непосредственное влияние на устойчивость развития социального предпринимательства.

Под регулированием социального предпринимательства в узком смысле слова понимается целенаправленный процесс воздействия на хозяйствующий субъект предпринимательства, реализуемый органами государственной власти. К числу участников процесса регулирования деятельности СП можно отнести не только органы государственной власти (федерального, регионального и местного уровня), менеджмент самого субъекта социального предпринимательства, но и представителей общественности. Именно специфика, цели и ожидаемые результаты осуществляемой деятельности обуславливают подобное разнообразие состава участников процесса регулирования социального предпринимательства [225, с. 87]. Так, например, закономерным результатом, ожидаемым органами государственной власти от активизации социального предпринимательства, является рост доходной части бюджетов всех уровней, развитие элементов экономической и социальной инфраструктуры, более полное и качественное удовлетворение общественных потребностей, снижение социальной напряженности. В свою очередь, с точки зрения самого субъекта социального бизнеса, основными ожиданиями являются: стабильно положительная динамика развития, долгосрочность социальных проектов, реализация предпринимательской инициативы, повышение уровня конкурентоспособности предлагаемой продукции, расширение занимаемого сегмента рынка (в т.ч. рынка

труда) и возможностей для самозанятости. Общество рассматривает результаты совместной работы власти и бизнеса с точки зрения максимального удовлетворения потребностей, одновременно выполняя функцию контролера протекающих процессов.

В широком смысле регулирование социального предпринимательства обусловлено различием интересов участников данного процесса и порождает проблему поиска путей обеспечения их сбалансированности в рамках открытой системы (Рисунок 45).

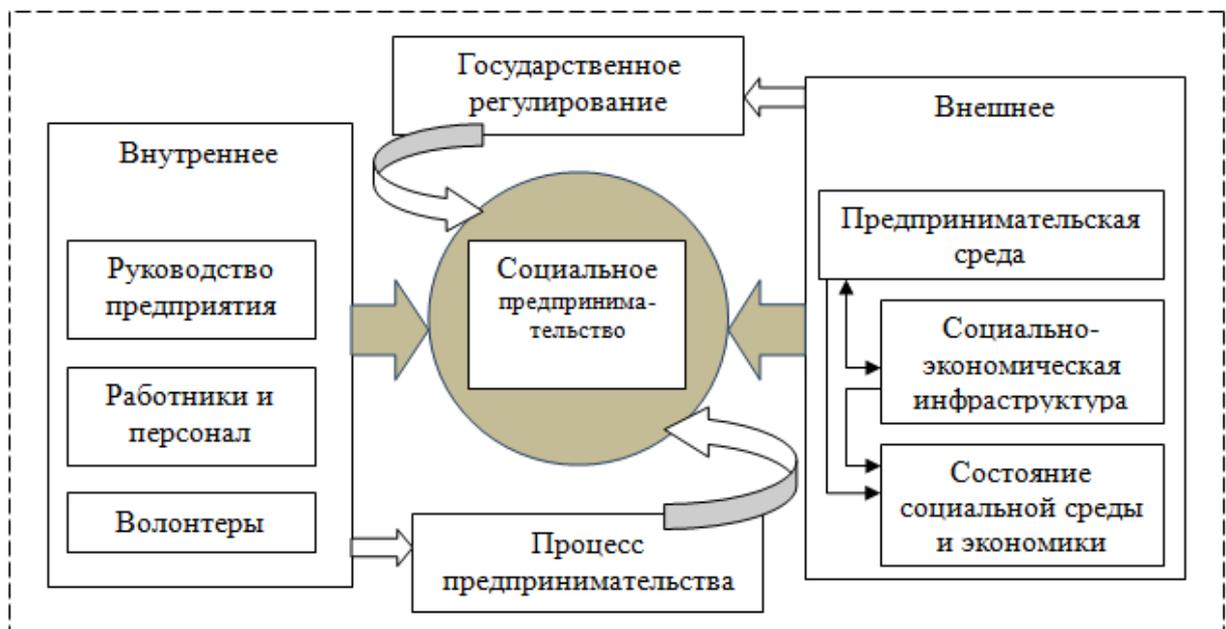


Рисунок 45 – Система регулирования социального предпринимательства

Как следует из рисунка 45, система регулирования социального предпринимательства представлена двумя взаимосвязанными уровнями:

- внешнее регулирование – политика государства в отношении формирования предпринимательской среды, которая базируется на развитой социально-экономической инфраструктуре и особой социальной среде в условиях СОРЭ;

- внутреннее регулирование – мероприятия по координации сквозных процессов, протекающих внутри «социального предпринимателя».

Для построения модели регулирования социального предпринимательства, адекватной современным условиям хозяйствования, по мнению автора, необходимо синтезировать представленные выше подходы, что обусловлено следующими фактами. Так, в последние годы прослеживается четкая тенденция к росту инвестиционной активности хозяйствующих субъектов, проявляющая себя в направлении финансирования основного капитала (Таблица 37).

Таблица 37 – Инвестиции в основной капитал в РФ по источникам финансирования за период 2011-2020 гг., млрд. руб.

Год	Всего	В том числе по источникам финансирования	
		собственные средства	привлеченные средства
2011	8445,2	3539,5	4905,7
2012	9595,7	4274,6	5321,1
2013	10065,7	4549,9	5515,8
2014	10379,6	4742,3	5637,3
2015	10496,3	5271,1	5225,2
2016	11282,5	5750,7	5531,8
2017	12262,2	6290,7	5971,5
2018	13640,7	7229,5	6411,2
2019	14752,6	8127,7	6624,9
2020	15217,8	8624,3	6593,5

Структура источников финансирования инвестиций в основной капитал также претерпевает изменение [106, с. 67]: в 2020 году на первый план выходят собственные средства организаций (56,7% против 43,3%) по сравнению с 2011 годом, когда использование инвестиционных вложений осуществлялось преимущественно за счет привлеченных источников (58,1% против 41,9%) (Рисунок 46).

Данные значения характеризуют тот факт, что в российской экономике на практике реализуется одна из приоритетных задач государственной политики, а именно – курс на инновационный вектор развития экономики [88, с. 983]. В свою очередь, происходящие изменения трансформируют базовые

подходы к государственному управлению: от ситуационного подхода как приоритетного в период экономической нестабильности и кризиса до целевого подхода к управлению экономикой на фоне решения поставленных стратегических задач государственной социально-экономической политики.



Рисунок 46 – Структура источников финансирования инвестиций в основной капитал, в % к итогу

Между тем, любая экономическая политика, определяющая ключевые векторы развития страны, неизбежно подвержена коррекции по условиям хозяйствования на конкретной территории присутствия. К таким условиям, например, можно отнести положение региона в рейтинге по уровню развития экономики в целом, состояние производственной и экономической инфраструктуры, отраслевая специфика региона, его финансовая самостоятельность и другие факторы, определяющие дифференциацию территорий в развитии сектора предпринимательства [235, с. 76]. Поэтому, выявление и анализ подобных характеристик развития, специфичных для конкретного региона, обуславливает необходимость применения наряду с целевым подходом к управлению экономикой инструментов и механизмов территориального подхода, формируя некую синтезированную модель регулирования социального предпринимательства.

В рамках использования целевого подхода к регулированию социального

предпринимательства следует выделить пять этапов:

1) Разработка стратегии и выявление приоритетных сфер государственного регулирования СП, где ключевыми задачами являются следующие меры государственной политики: нормативное упорядочение форм поддержки социального предпринимательства, льготных режимов налогообложения; содействие техническому и технологическому развитию материальной базы социального предпринимательства; открытость информационных ресурсов; нормативная и бюджетная поддержка системы обучения и переобучения кадров социального предпринимательства; защита интересов субъектов социального предпринимательства от глобализации и монополизации экономики и мн. др.

2) Выявление проблем, требующих непосредственного решения при государственном регулировании СП, и их последующее урегулирование за счет ресурсов федерального или регионального уровней.

3) Формулировка целей и задач государственного регулирования социального предпринимательства, с учетом ранее выявленных проблем и исходя из местных условий его развития.

4) Определение основных механизмов государственного регулирования СП с учетом современного состояния данного сектора, а именно: предоставление льготных целевых кредитов, льготных условий аренды для целей реализации проектов социальной направленности; содействие в лизинге; упрощение процедур регистрации субъектов социального предпринимательства; доступ социальных предпринимателей к реализации приоритетных национальных проектов и программ и мн. др.

5) Определение источников ресурсного обеспечения регулирования социального предпринимательства в рамках обязательных мероприятий, таких как: проблемно-ориентированный анализ состояния социального предпринимательства в целом по РФ и в отдельных ее субъектах; анализ и планирование ресурсных потребностей СП; прогнозирование результатов и

стратегическое планирование развития социального предпринимательства и мн. др.

С целью конкретизации направлений регулирования социального предпринимательства целевой подход может быть дополнен территориальным, который также может быть разбит на ряд последовательных этапов:

- 1) Формирование системы регулирования социального предпринимательства;
- 2) Разработка программ развития социального предпринимательства в соответствии с принятой на первом этапе системой регулирования;
- 3) Формирование системы регулирования социального предпринимательства на территории присутствия, адекватной «местным» условиям хозяйствования;
- 4) Формирование инфраструктуры поддержки СП предпринимательства в регионе.



Рисунок 47 – Модель регулирования социального предпринимательства

Необходимо отметить, что модель регулирования социального предпринимательства, представленная на рисунке 47 как синтез целевого и территориального подходов, обеспечивает достижение баланса интересов хозяйствующих субъектов в условиях активно трансформирующейся внешней среды и внутренних мотивов (сущности) предпринимательской деятельности. Модель регулирования социального предпринимательства выстроена во взаимосвязи с выводами рисунка 45 относительно неразрывности сочетания внешнего (государственного) и внутреннего (внутрикорпоративного) уровней регулирования СП. Приведенная автором модель регулирования СП, а именно, ее формирование и развитие, служит основой для одного из направлений реализации концепции социализации предпринимательства в России.

Таким образом, концепция социализации предпринимательства предполагает дальнейшее последовательное развитие и совершенствование законодательной и нормативно-правовой базы, финансово-кредитных и имущественных отношений, активизацию государственной поддержки социальных предпринимателей, повышение уровня социальной ответственности бизнеса и устранение существующих административных барьеров в процессе осуществления предпринимательской деятельности в условиях новой социализированной среды.

Из всей совокупности элементов, представленных на рисунке 48 и составляющих современную предпринимательскую среду, первоначально необходимо выделить базовые и специфичные – как единые для функционирования любых субъектов предпринимательства (по видам и отраслевой специфике) и обязательные в процессе осуществления бизнес-деятельности на конкретной территории присутствия. Среди них отмечают: отношение государства и общества к социальному предпринимательству и практикам КСО; наличие инфраструктуры, необходимой для формирования и эффективного функционирования социализированной предпринимательской среды; национальный менталитет, обычаи и традиции региона; рейтинг региона в

составе национальной экономики по различным критериям (например, качество жизни населения, экологический рейтинг регионов и т.д.) и мн. др.



Рисунок 48 – Элементы социализированной бизнес-среды

Однако, наибольший научный интерес в рамках данного диссертационного исследования вызывает социальная составляющая бизнес-среды, отвечающая за «социализацию правил игры» посредством построения системы взаимоотношений между различными хозяйствующими субъектами на принципах взаимного интереса и доверия. Данная социальная составляющая формируется в результате постепенного осознания экономическими акторами и представителями общественности неизбежности активизации социально ответственного поведения наряду с применением традиционно рыночных инструментов и механизмов хозяйственной деятельности.

В рамках определения приоритетных направлений процесса социализации предпринимательства автором выделены рекомендации по развитию социализированной бизнес-среды в условиях перераспределения сфер ответственности субъектов:

1. Со стороны государства:

1) институционализация предпринимательских структур не с позиции трансформации статуса предприятия государственного сектора, а в части

формирования нового социального аспекта функционирования предпринимательства в целом, разработки социально-ориентированных механизмов распределения прибыли;

2) применение инструментов микрофинансирования предпринимательских структур и населения, отличных от банковского сектора.

2. Со стороны предпринимательских структур:

3) стремление к преобразовательной деятельности предприятия, оказывая положительное влияние на партнеров и отношение к общественно значимой проблеме;

4) определение «коридоров» в процессе взаимодействия – как проблем, так и возможностей при реализации идеи.

3. Со стороны общества:

5) пересмотр взгляда на хозяйственную деятельность, результатом которой является создание не только экономической, но и социальной ценности;

6) развитие общественных институтов, способствующих консолидации усилий по решению социально значимых проблем, а также развитию социализированных форм бизнеса.

Необходимо доносить перечисленные выше проблемы и рекомендации до бизнеса, мотивировать предпринимателей к их разрешению, подчеркивая их важность и значимость, в том числе для развития социализированной бизнес-среды.

С целью подтверждения тезиса о невозможности изолировать предпринимательские структуры от полного или частичного решения социально значимых проблем общества в условиях нарастающей социализации бизнес-среды, проведено обследование методом анкетирования порядка двухсот организаций и предприятий предпринимательского сектора (компаний), осуществлявших свою деятельность в различных субъектах Российской Федерации в за период 2016-2020 гг. Перечень анкетизируемых компаний представлен в Приложении Ж и содержит в себе две категории опрашиваемых: организации реального сектора экономики и предприятия сферы услуг. Выборка

обследования содержит порядка 16 регионов из различных федеральных округов Российской Федерации, расположенных в непосредственной близости от столицы и на периферии, и охватывает территории, дифференцируемые по уровню дохода населения, темпам прироста промышленного производства и инвестиций в основной капитал, с дефицитными и профицитными региональными бюджетами. Перечисленные выше характеристики позволяют считать выборку репрезентативной, поскольку в ней представлены все подгруппы, важные для проводимого исследования.

Среди обследованных компаний 58% осуществляют свою деятельность в сфере производства (черная и цветная металлургия, горнодобывающая, топливная, химическая, нефтехимическая, пищевая, фармацевтическая промышленность); 42% – в сфере услуг (банковские, финансовые услуги, розничная торговля, телекоммуникации и связь). Характерной чертой данного обследования, отличающей его от аналогичных исследовательских работ, является тот факт, что компании представлены как различными организационно-правовыми формами (ПАО, ЗАО, ООО, ИП), так и размерами бизнеса (крупный, средний, малый с численностью от 10 до 10000 человек). Традиционно респондентами в подобных опросах выступает лишь крупный бизнес [112; 150, с. 37; 153, с. 68; 257, с. 92].

Анкета, предлагаемая в рамках опроса, включает 16 вопросов (Приложение 3), которые направлены на решение основной задачи – доказать гипотезу о том, что ежегодно все большее число коммерческих предприятий сталкиваются с решением социальных задач. Кроме того, результаты анкетирования должны способствовать выявлению основных тенденций включения бизнеса в решение общественно-значимых задач региона, предопределяя частичный перенос бремени государственной политики в части решения эколого-социально-экономических проблем территории присутствия с властных структур на предпринимательские.

Первые вопросы анкеты характеризуют организационно-правовую форму, указывают на сферу деятельности и размер фирмы. Далее опрошенным

необходимо было ответить на вопрос: «Каков объем участия Вашей компании в социально-экономическом развитии региона?...» (вопрос №4). Полученные в ходе исследования ответы представителей бизнеса были обобщены и систематизированы по критерию сферы деятельности компании, и в целом позволяют охарактеризовать степень участия компаний в социально-экономическом развитии территории своего присутствия исходя из данных таблицы 38.

Таблица 38 – Участие российских компаний в социально-экономическом развитии территории своего присутствия, %

вопрос	2016 г.			2017 г.			2018 г.			2019 г.			2020 г.		
	Всего	в т.ч. в сфере		Всего	в т.ч. в сфере		Всего	в т.ч. в сфере		Всего	в т.ч. в сфере		Всего	в т.ч. в сфере	
		пром	услуг												
Не принимали участие	48,4	30,4	72,9	46,7	30,2	70,5	45,0	28,8	70,6	43,2	28,6	65,5	40,2	28,8	63,2
Оказывали помощь до 5% от прибыли	22,0	27,0	11,8	23,0	28,6	11,9	24,6	29,4	12,0	23,6	29,6	18,4	24,8	30,1	20,3
Оказывали помощь от 5% до 10% от прибыли	18,6	25,2	9,4	17,5	26,4	10,3	18,4	26,6	10,0	19,7	27,5	11,2	22,2	22,5	11,8
Оказывали помощь более 10% от прибыли	11,0	17,4	5,9	12,8	14,8	7,3	12,0	15,2	7,4	13,5	14,3	4,9	12,8	18,6	4,7

Автором сформулированы выводы относительно степени и характера участия компаний в решении социальных, экологических и экономических проблем, присущих территориям, где они осуществляют свою деятельность:

1. Наблюдается явная тенденция к сокращению доли компаний, не принимающих участия в социально-экономическом развитии территории присутствия. В отраслевом разрезе более ярко данная тенденция выражена в секторе услуг и торговли (Рисунок 49). Однако, это не опровергает мнения об активизации промышленных предприятий и компаний сферы услуг в сторону расширения использования в своей деятельности практик социально

ответственного поведения.



Рисунок 49 – Динамика доли компаний, не принимавших участие в социально-экономическом развитии территории присутствия, %

2. Прирост «социальной активности» в каждом анализируемом периоде хозяйствующих субъектов сферы промышленности свидетельствует о более инициативном их участии в решении социальных, экологических и экономических проблем территории присутствия по сравнению с деятельностью в сфере услуг (в 2016 г. – 69,6% против 27,1%, в 2017 г. – 69,8% против 29,5%, в 2018 г. – 71,2% против 34,2%, в 2019 г. – 71,4% против 37,8%, в 2020 г. – 71,2% против 38,6%). Между тем, разрыв в приростах долей компаний различных сфер, не принимавших участие в социально-экономическом развитии территории присутствия, сокращается, что свидетельствует о сохранении выбранной траектории своего развития компаниями сферы услуг в части все более активного осуществления финансирования социальных проектов и программ.

3. Зафиксировано некоторое сокращение социальных расходов компаний (в частности, в 2020 году – 12,8% от прибыли до уровня 2017 года), связанное в первую очередь с мировой пандемией коронавируса (COVID-19), которая явилась сдерживающим фактором при реализации возможностей производства ряда предпринимателей, особенно в промышленной сфере.

4. Отмечено, что традиционно крупный бизнес участвует в социально-экономическом развитии региона активнее и чаще, чем малые формы бизнеса (в 2020 году доля малых бизнес-структур, не оказывавших помощь в развитии территории своего присутствия, на 10,5% выше, чем по выборке в среднем).

Относительно итогов, полученных при ответах на вопрос о доли затрат в общих расходах компании, направленных на финансирование социальных инициатив, автор отмечает значение, в среднем, не превышающее 5% от прибыли компании. Заметим, что если в сервисной сфере эти расходы более велики для малых форм бизнеса, то для промышленного производства, напротив, характерны для крупных предприятий. Умеренный прирост либо стабильность расходов, направленных на социальное развитие территории присутствия, в 2020 году по сравнению с 2016 годом отмечали большинство предпринимательских структур, независимо от сферы деятельности. Однако, стоит отметить тот факт, что в сфере промышленного производства активнее тратили на социальные нужды региона средние компании, в сфере услуг – крупные компании.

Отвечая на вопрос №5 анкеты «Каковы основные причины участия Вашей компании в социально-экономическом развитии региона» респонденты чаще (по сравнению с 2016 г.) отмечают причины не только экономического, но и морального характера (в 2016 году считали это общепринятой практикой). На лицо переоценка взглядов бизнеса о формировании новых стратегий предпринимательской деятельности, основанных на моральных ценностях и нормах гражданского общества (Рисунок 50).

Важной тенденцией является существенное снижение давления общества как внешнего фактора, воздействующего на социально-экономическое развитие территорий. Это можно объяснить становлением стратегической корпоративной социальной ответственности как тенденции к появлению социальных проектов и инициатив на постоянной основе, обуславливая развитие долгосрочных и взаимовыгодных партнерских взаимоотношений со стейкхолдерами. В таких условиях внешнее давление постепенно нивелируется.



Рисунок 50 – Причины участия компаний-респондентов в социально-экономическом развитии территории, %

Причины экономического характера до сих пор преобладают среди других факторов, побуждающих компании участвовать в социально-экономическом развитии территории (68% опрошенных в 2020 году против 29 % в 2016 году). С другой стороны, прослеживается взаимосвязь между включением принципов социальной ответственности в предпринимательские стратегии современных компаний и устойчивостью их развития в долгосрочной перспективе. При этом, усиление значимости моральных причин (63% в 2020 году против 39% в 2016 году) выводит компании на уровень системного «общественно необходимого» поведения, превращая их в ответственных «корпоративных граждан».

Следующий вопрос опрашиваемых компаний касался целей их участия в социально-экономическом развитии территории присутствия, определяя ценность, которую компания готова создавать для своих работников, покупателей и других заинтересованных сторон. Традиционно наиболее популярными целями участия компаний в социально-экономическом развитии территории присутствия остаются решение социальных проблем (94% и 68% в 2016 г. и 2020 г. соответственно), а также повышение устойчивости бизнеса и развитие регионов присутствия (58% и 85% в 2016 г. и 2020 г. соответственно) (Рисунок 51).

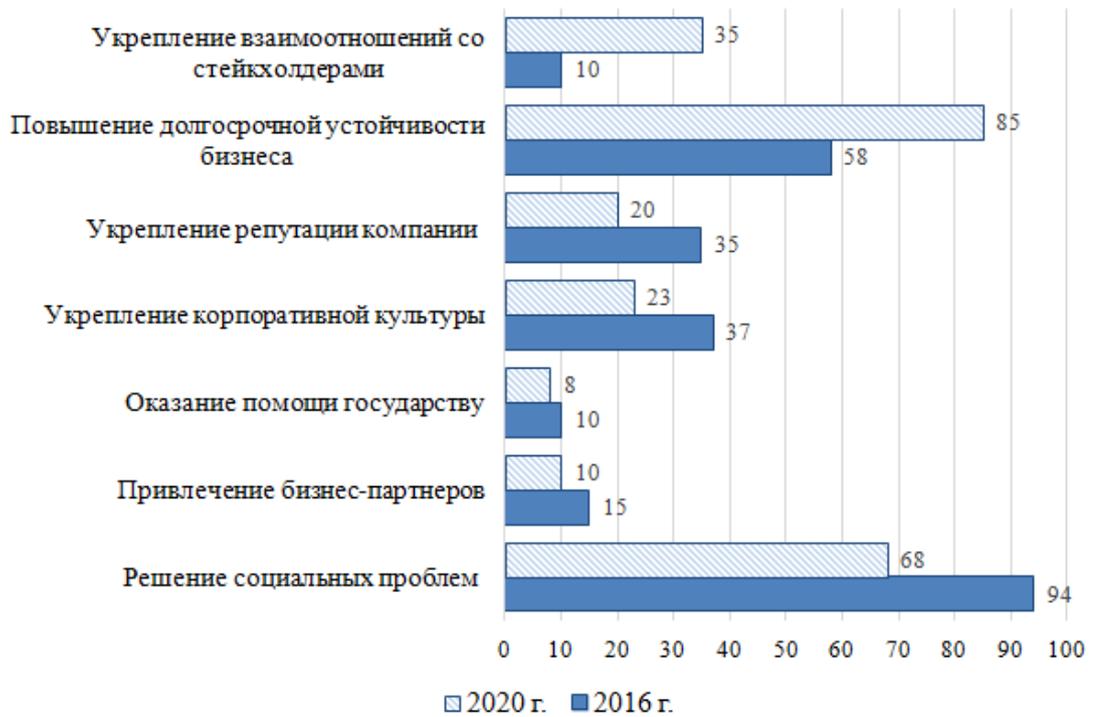


Рисунок 51 – Основные цели участия компаний-респондентов в социально-экономическом развитии территории, %

Относительное снижение ориентации на создание социальной ценности как таковой свидетельствует о тенденции постепенного переноса решения социальных проблем в экономическую плоскость развития бизнеса. При этом решение социальных проблем остается в рамках цели развития регионов присутствия, но конкретизировано вниманием к охране окружающей среды (40% компаний-респондентов в 2020 году). Кажущее на первый взгляд снижение интереса компаний-респондентов к укреплению взаимоотношений с органами власти и бизнес-партнерами нивелируется общей стратегической тенденцией к укреплению взаимоотношений с заинтересованными сторонами (35% в 2020 году против 10% в 2016 году). Вызывает опасение снижение ориентации на укрепление компетенций сотрудников и корпоративной культуры (23% в 2020 году против 37% в 2016 году), демонстрируя неиспользованные резервы развития корпоративной социальной ответственности как деятельности. Аналогичной «точкой роста» является корпоративное волонтерство, позволяющее не только решать конкретные социальные и экологические проблемы, но и развивать

человеческий капитал и корпоративную культуру, усиливая бренд компании и стимулируя ее партнерские связи.

Следующий вопрос был посвящен социальным проектам и основным их направлениям. Автор отмечает, что за последние два десятилетия распределение социальных программ компаний по направлениям не претерпело каких-либо серьезных изменений (Рисунок 52).



Рисунок 52 – Основные направления реализации социальных программ компаний-респондентов, %

Поддержка образования, экология, социальная сфера, здравоохранение до сегодняшнего дня остаются наиболее популярными направлениями социальных программ, набирая более 80% в 2020 году. Наименее популярными – поддержка правопорядка (11% в 2020 году, 6% - в 2016 году), религия и духовное развитие (23% в 2020 году, 21 % - в 2016 году). Основным фактором, сдерживающим

включение бизнеса, является неочевидность ценности результата по данным направлениям. Исключение представляют проекты, специфичные и общественно значимые для конкретной территории, и выполняемы бизнесом, как правило, под воздействием внешних сил и экономических факторов. Например, поддержка и развитие коренных малочисленных народов Севера является традиционным направлением социальных программ компаний сырьевого сектора, ведущих деятельность на соответствующих территориях.

Как показали ответы на вопрос «В каких формах Ваша компания реализует практики социально-ответственного поведения», формы реализации социальных практик дифференцированы, но распределены по предпочтениям компаний за исследуемый временной период достаточно стабильно (Рисунок 53).

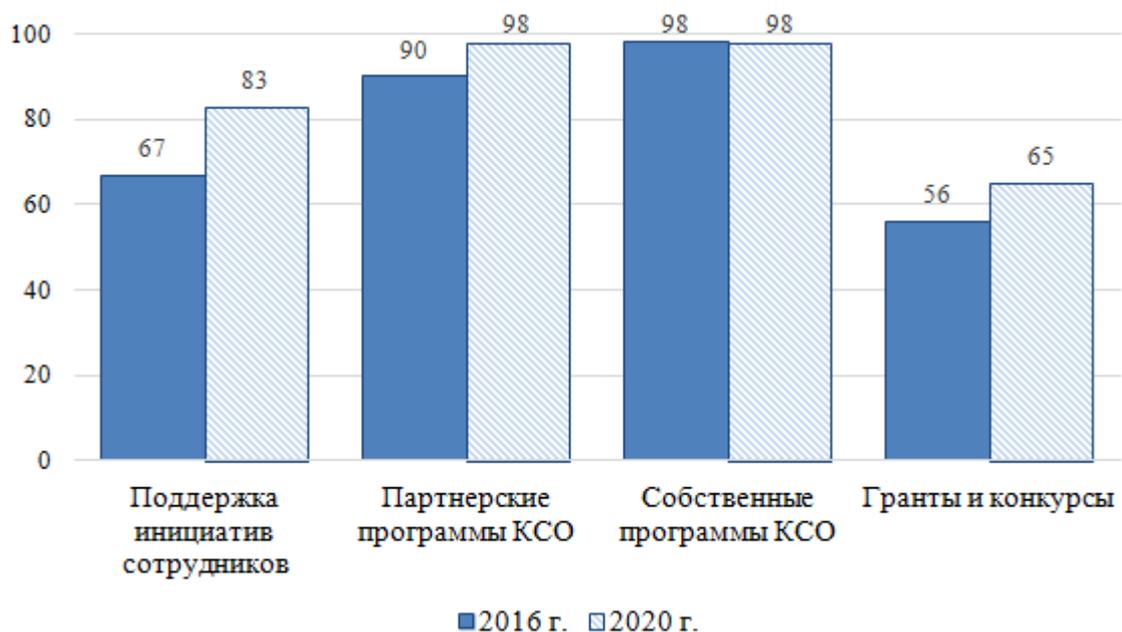


Рисунок 53 – Основные формы реализации практик социально ответственного поведения, %

Традиционного относительно форм практик социально ответственного поведения отметим превалирование собственных социальных программ, а также партнерских программ КСО (по 98% компаний-респондентов в 2020 году). Из наиболее значимых положительных тенденций можно выделить относительно небольшой рост использования грантовых конкурсов (от 56% в 2016 году до 65%

в 2020 году) и поддержку инициатив сотрудников (от 67% в 2016 году до 83% в 2020 году).

Особый интерес вызывают данные, полученные в ходе ответа на вопрос «Каким образом Ваша компания чаще всего реализует социальные программы». Наиболее приоритетная форма участия компаний-респондентов в социально-экономическом развитии территории – собственные программы, реализуются компаниями на самостоятельной основе (65% компаний-респондентов). 38% компаний реализуют подобные программы через корпоративный благотворительный фонд, через внешнего оператора – 28%.

Партнерские программы остаются незаменимым способом восполнения дефицита специфических ресурсов (активов) и компетенций, использование которых на собственной основе часто оказывается либо неэффективным, либо невозможным. В условиях современной социализации бизнеса в интересах устойчивого развития осуществление таких программ получает новый импульс. Партнерские программы, рассматриваемые компаниями-респондентами в качестве приоритетной формы, реализуются с участием НКО федерального уровня (53% компаний-респондентов), НКО регионального уровня (48%), государства (45%) и бизнеса (38%).

Важно отметить востребованность грантовых конкурсов (33% компаний-респондентов реализуют преимущественно самостоятельно), эффективная организация которых позволяет расширить круг субъектов, участвующих в проектировании социальных программ. Речь идет о включении гражданского общества в партнерство на принципах взаимного интереса и на взаимовыгодной основе.

Также респондентам было предложено ответить на вопросы, касающиеся нефинансовой отчетности как основной формы документирования результатов участия компании в социально-экономическом развитии территории своего присутствия (Рисунок 54), а также внешние каналы распространения информации о социальных программах, где лидирует корпоративный сайт (Рисунок 55). Измерение воздействия программ на информационное поле компании

декларировали 63% респондентов.

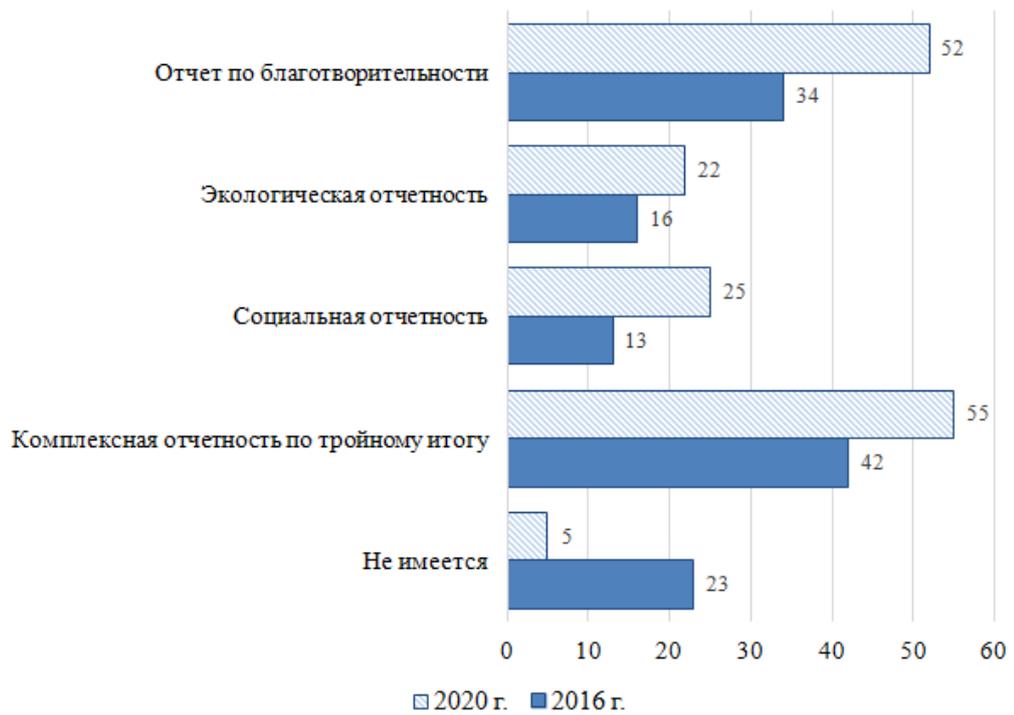


Рисунок 54 – Формы отчетности, содержащие информацию о КСО, %

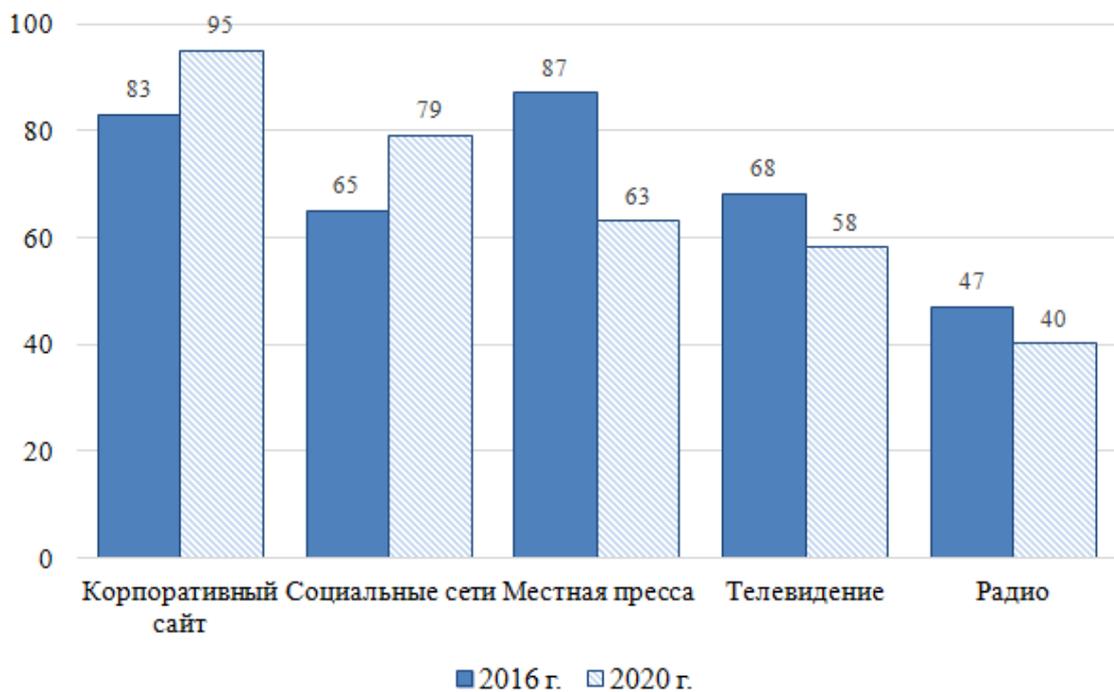


Рисунок 55 – Внешние каналы распространения информации о реализуемых социальных программах, %

Заключительный вопрос анкеты посвящен в целом месту и роли практик социально ответственного поведения в деятельности компании, а именно «Как Вы считаете, может ли сегодня компания быть успешной, осуществляя свою деятельность без внимания к социальным проблемам территории своего присутствия». Цель – сопоставить успешность компании с применением или полным отсутствием примеров реализации социальных практик в разных временных периодах (2016 год и 2020 год). Учитывая итоги анализа ответов респондентов на предыдущие вопросы, ожидаемо – тенденция положительная. В 2020 году о необходимости внедрения в деятельность практик социально ответственного поведения заявляют 56% опрошенных, что в два раза больше аналогичного показателя 2016 года (24%) (Рисунок 56), доля затруднившихся ответить на заданный вопрос снизилась с 29% до 18%.

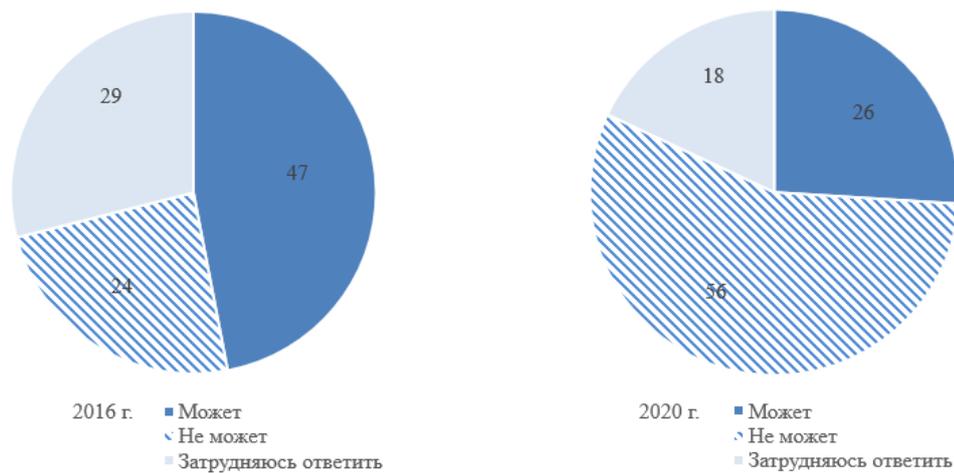


Рисунок 56 – Социально ответственные практики – объективная необходимость успешных компаний в настоящее время

Таким образом, социально ответственное поведение, по мнению представителей бизнеса, становится объективной необходимостью современности. Проведенное исследование позволяет автору доказать тот факт, что современные условия хозяйствования, обязывающие предпринимательские структуры функционировать в новой социализированной деловой среде, побуждают бизнес более активно включаться в решение разнообразных

социальных проблем, стоящих перед обществом. Находясь в поле влияния условий и факторов социализированной предпринимательской среды, трансформации подвержен общепринятый подход к государственному и внутрикорпоративному регулированию практик корпоративной социальной ответственности, превращаясь в новый управленческий стандарт и придавая стимул для развития стратегических подходов к исследованию процесса социализации предпринимательства. Именно комплексный подход государства, хозяйствующих субъектов и общества к пониманию необходимости социально ответственного поведения и дальнейшего вовлечения компаний в КСО положен в основу интеграции усилий, направленных на достижение целей устойчивого развития экономики.

5.3 Перспективы реализации концепции социализации предпринимательства

В настоящее время не вызывает сомнения тот факт, что стабильному развитию компаний, регионов и страны в целом в современных условиях способствует уровень социально ответственного поведения хозяйствующих субъектов. Осторожность, присущая российскому бизнесу при принятии решений о долгосрочности своих социальных планов, обусловлена низким уровнем сформированности в предпринимательском сообществе традиций относительно данного вопроса. На смену «этике служения», исторически положенной в основу интеграции интересов общества и бизнеса, сегодня формируется «этика ответственности» с традициями наследования и преемственности, требующая концептуального подхода к исследуемому явлению, предполагающего применение механизмов, технологий, инструментов, стандартов и отчетности.

Кроме того, общество до сих пор с недоверием относится к использованию бизнес-инструментов для решения проблем социального значимого характера, предполагая краткосрочность и единовременность их использования. Ожидания

населения относительно результатов функционирования предпринимательских структур связаны, в первую очередь, с его оперативными социальными задачами – создание рабочих мест, выполнение обязательств перед наемными работниками, производство продукции высокого качества и т.п. Участие в социальных программах, благотворительность и иные практики социально ответственного поведения в регионе – уходят на второй план.

Также системная реализация социальных проектов на долгосрочной основе в отечественной экономике затруднена активной санкционной политикой, проводимой в отношении РФ преимущественно странами Европы и США против РФ, с 2014 года. Однако, своевременно принятые контрсанкционные меры постепенно нейтрализуют мировое конкурентное преимущество, позволяя отечественным предприятиям расширить границы своей деятельности.

Несмотря на влияние негативных тенденций, необходимость привлечение бизнеса к решению круга социальных проблем не вызывает сомнения. К таковым общественно значимым задачам, наиболее актуальным в ближайшее время для российской экономики, можно отнести:

- рост рождаемости, повышение качества предоставления образовательных услуг на основе интеграции внутристрановых интеллектуальных и инновационно-технологических ресурсов;
- активное участие в формировании государственных программ и других инициатив на федеральном и региональном уровнях;
- повышение производительности труда посредством роста эффективности использования в производстве наукоемких факторов, с дополнительным привлечением рабочих мест;
- расширение направлений социальных программ для работников, поддержка волонтерства и других добровольческих инициатив;
- инициативы в части активной и здоровой жизни, непрерывности образования людей «серебряного возраста», людей с ограниченными возможностями здоровья, их трудоустройства и мн. др.;

- развитие «экологического образования» в гражданском обществе посредством реализации соответствующих программ и проектов;
- формирование информационно-технологической платформы федерального уровня для поддержки и продвижения как внутрорегиональных, так и межрегиональных социальных практик;
- содействие органам исполнительной власти и общественным организациям в работе с трудными подростками и семьями, находящимися в трудной жизненной ситуации, детьми в детских домах (меры раннего усыновления, трудоустройство, дополнительное образование и т.п.);
- работа с региональными органами власти и местным бизнес-сообществом над формированием и развитием центров сопровождения социальных инициатив развитие на территории присутствия компании и ее пределами;
- привлечение к решению актуальной проблемы повышенной психологической нагрузки общества по причине социальной изоляции, замкнутости границ регионов, мира в период карантинных мер по COVID-19.

В перспективе, повышение социальной ответственности каждого субъекта экономики, в том числе социализация бизнеса, положены автором в основу концепции социализации предпринимательства, реализация которой требует последовательных шагов для достижения высокого уровня социализации предпринимательства, как ожидаемого результата, с целью роста благосостояния населения.

Основой современных трансформационных процессов становится новая социально-экономическая политика государства, ориентированная на устойчивый экономический рост и ликвидацию диспропорций в структуре национального хозяйства. Кроме того, нарабатанные практики межсубъектного взаимодействия в условиях глобальных изменений в мировой экономике, с одной стороны, подвержены неустойчивости, с другой – интенсивно трансформируются. Так, современные микро- и макросообщества, все чаще претендующие на политическую субъектность и обособленность, оказываются все более прочно связаны друг с другом рядом межстрановых или межсубъектных обязательств в

важнейших сферах общественной жизни. В этой связи жизнеспособность государства (органов власти) как «ревизора» социально-экономических отношений в научных кругах подвергается сомнению. Так, в научных работах, посвященных государству (местным, региональным органам власти) как субъекту экономики, его природа трансформируется от узко понимаемого законотворческого аспекта на определенной территории до его социопространственной организации, выходящей за рамки конкретного региона. Обострился научный интерес к государству – политическому феномену, активизируя такие аспекты данного института как его «проектирование», темпоральность, построение особого вида общественных отношений в рамках социопространственной структуры, темпоральность и мн. др. [154, с. 149].

Таким образом, развивается современная технология анализа уровня взаимодействия власти и общества, условий дальнейшего развития гражданского общества в условиях современных вызовов – социально-политический аудит как актуальная объективная практика, призванная оптимизировать систему социально ответственного поведения всех сторон общественного процесса. Социально-политический аудит как ведущая социальная технология познания общества, исследования механизмов развития общественных отношений [71, с. 118] становится неотъемлемой составляющей реализации концепции социализации предпринимательских структур.

Учитывая фокус на трансформационные процессы в российской экономике, автором выделяются основные предпосылки, характеризующие взаимосвязанные и последовательные изменения в современных социально-экономических отношениях хозяйствующих субъектов, обуславливающие социализацию предпринимательства:

– интенсификация социализированной бизнес-среды, предопределяемая как развитием различных форм социальной ответственности бизнеса, так и особой формы – социального предпринимательства;

– переход от двухстороннего к трехстороннему перекрестному взаимодействию субъектов экономики на постоянной основе, с долгосрочным

эффектом, характерной чертой которого является системный подход к решению задач.

Результатом данных изменений, связанных органически в рамках коэволюционного процесса, является перераспределение сфер ответственности субъектов экономики на принципах учета интересов всех участников взаимодействия, в том числе общества, на протяжении всех его этапов, от становления до отказа; формирования новых общественных ценностей и нормы; росте взаимной ответственности за результаты деятельности.

Неотъемлемым условием успешной реализации концепции социализации предпринимательства является достижение искомого результата, определение которого предполагается автором в рамках синергетического эффекта как результата объединения последствий вышеуказанных процессов как интенсификация социализации бизнес-среды (процесс 1, ИСС) и развитие трехстороннего перекрестного взаимодействия (процесс 2, ТПВ). При этом сущностный аспект синергии заключается в том, что суммарный эффект от действия процессов больше, чем сумма всех составных частей.

Автором предложено оценивать синергетический эффект с позиции сравнительного количественного анализа – как сравнение эффекта от объединения процессов и эффект от воздействия каждого процесса отдельно. Коэффициент синергетического эффекта от действия ИСС и ТПВ имеет следующий вид:

$$K_{сэ} = \frac{F(ИСС+ТПВ)}{F(ИСС)+ F(ТПВ)} \quad (1)$$

где ИСС – процесс интенсификации социализации предпринимательской среды (процесс 1);

ТПВ – процесс развития трехстороннего перекрестного взаимодействия (процесс 2);

F – эффект от процесса 1, процесса 2 или интегрированного воздействия процессов 1 и 2;

$K_{сэ}$ – коэффициент синергетического эффекта от интеграции процессов 1 и 2.

Если $K_{CЭ}=1$, то синергетический эффект от объединения процессов отсутствует. Если $K_{CЭ}>1$, то синергетический эффект положительный. Если $K_{CЭ}<1$, то синергетический эффект отрицательный, что свидетельствует о неэффективности интеграции процессов.

Важным этапом успешной реализации концепции социализации предпринимательства является определение перспектив развития искомого результата – социализации предпринимательства, и определение перечня показателей для его расчета.

Для измерения процесса интенсификации социализированной предпринимательской среды (ИСС) как одной из характеристик синергетического эффекта автор применяет показатели, отражающие практики социального поведения бизнеса, а именно: число субъектов социального предпринимательства; количество долгосрочных социальных программ и политик, имеющих системный характер (число социальных практик); количество субъектов предпринимательства, относящихся к лидерам в области ответственности и открытости.

К показателям, характеризующим развитие трехстороннего перекрестного взаимодействия относятся: количество опубликованных нефинансовых отчетов; число социально ориентированных НКО (гражданских активистов); число реализуемых государственных программ; средняя эффективность реализации государственных программ. Перераспределение сфер ответственности государства, бизнеса и общества за социально-экономическое развитие России является результатом публичности государства, роста активности общества и вовлечения бизнеса в решение социально-значимых задач.

В качестве примера для определения показателей в рамках процессов ИСС и ТПВ автор измеряет их в разрезе экономики России и приводит на основе аналитических данных, представленных общероссийской общественной организацией «Российский союз промышленников и предпринимателей», а также официальных данных сайта Правительства РФ, Министерства экономического развития РФ (Таблица 39).

Таблица 39 – Показатели интенсификации социализации предпринимательской среды и развития трехстороннего перекрестного взаимодействия

Показатели	2016		2017		2018		2019		2020	
	ед.	Δ, %	ед.	Δ, %	ед.	Δ, %	ед.	Δ, %	ед.	Δ, %
Интенсификация социализации предпринимательской среды (ИСС)										
число субъектов социального предпринимательства	165	17,0	181	9,7	200	10,5	203	1,5	209	3,0
количество социальных практик	420	32,9	498	18,6	550	10,4	578	5,1	655	13,3
число лидеров в области ответственности и открытости	25	25,0	29	16,0	32	10,3	34	6,3	47	38,2
Развитие трехстороннего перекрестного взаимодействия (ТПВ)										
количество опубликованных нефинансовых отчетов	96	6,7	107	11,5	100	-6,5	108	8,0	108	0,0
число социально ориентированных НКО, тыс. ед.	143,4	8,6	142,6	-0,6	140,2	-1,7	146,5	4,5	128,7	-12,2
число реализуемых государственных программ	44	12,8	43	-2,3	35	-18,6	42	20,0	46	9,5
средняя эффективность реализации государственных программ, %	81,9	-12,0	87,8	7,2	87,1	-0,8	82,6	-5,2	78,7	-4,7

Составлено автором по: [38, с. 7; 39, с. 22; 99, с. 24; 170; 208; 210, с. 17; 219, с. 20; 220, с. 24; 221; 268].

Изучение динамики прироста показателей интенсификации социализации предпринимательской среды и развития трехстороннего перекрестного взаимодействия позволяет автору построить кривые темпов прироста двух процессов в разрезе показателей (Рисунки 57-58). Как видно из рисунка 59, кривая темпов прироста интенсификации социализации предпринимательской среды на протяжении всего исследуемого периода (2016-2020 гг.) находится в положительном квадранте, что свидетельствует об устойчивой положительной динамике показателей, положенных в основу ее расчета. Кривая темпов прироста развития трехстороннего перекрестного взаимодействия имеет две отрицательные точки – в 2018 и 2020 годах, что связано с мировым финансовым кризисом (2018 год) и отрицательными последствиями пандемии коронавируса в мире (2020 год).

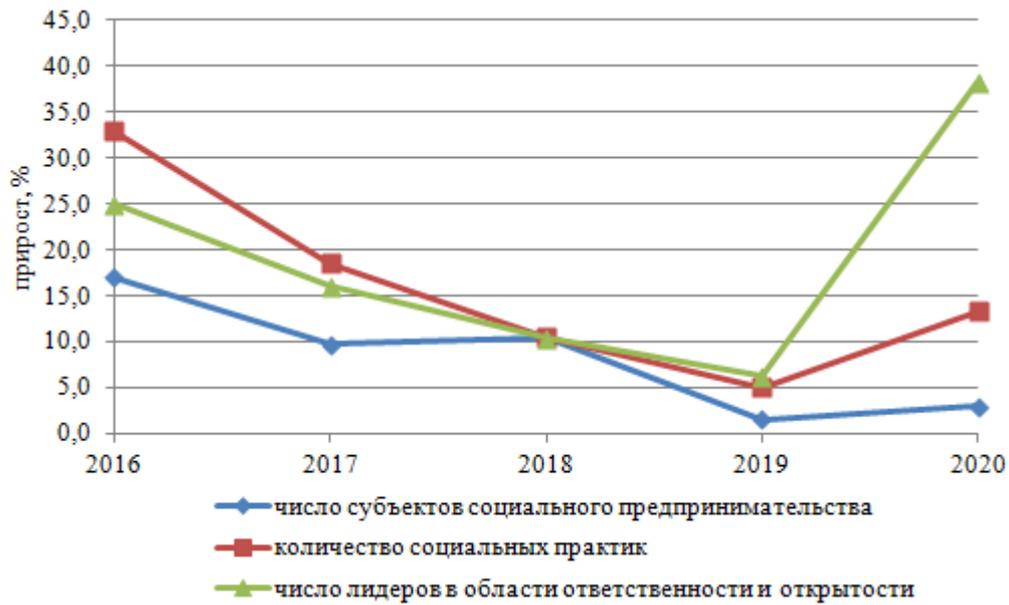


Рисунок 57 – Кривые темпов прироста ИСС в разрезе показателей

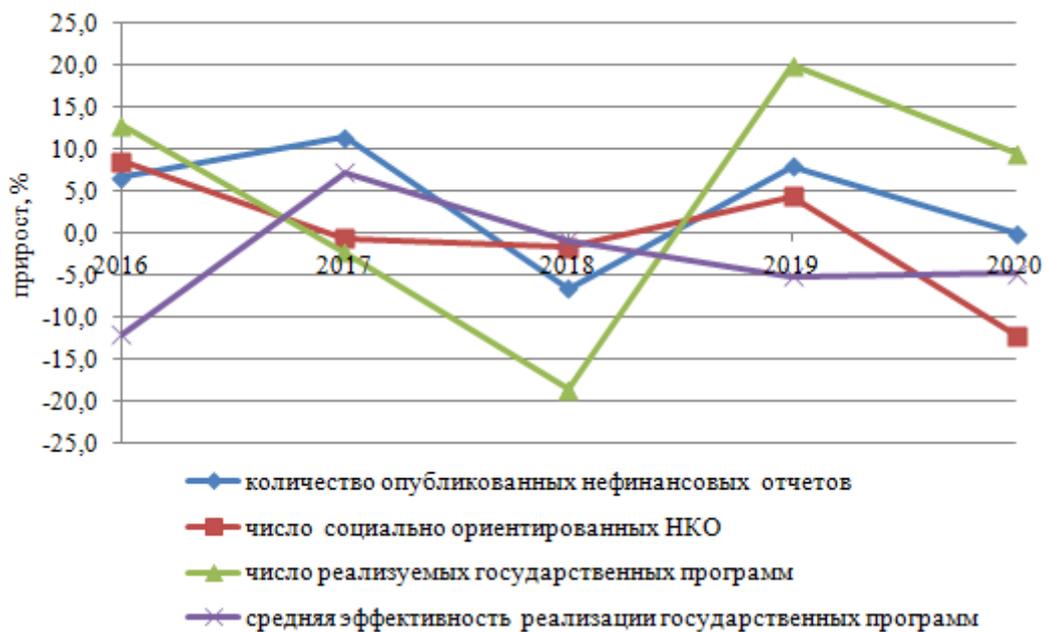


Рисунок 58 – Кривые темпов прироста ТПВ в разрезе показателей



Рисунок 59 – Кривые темпов прироста ИСС и ТПВ

Построение кривых темпов прироста ИСС и ТПВ позволяет автору методом графического сложения линейных функций вывести кривую темпов прироста социализации предпринимательства и посредством инструментов Microsoft Excel построить прогноз ее динамики до 2022 года (Рисунок 60).

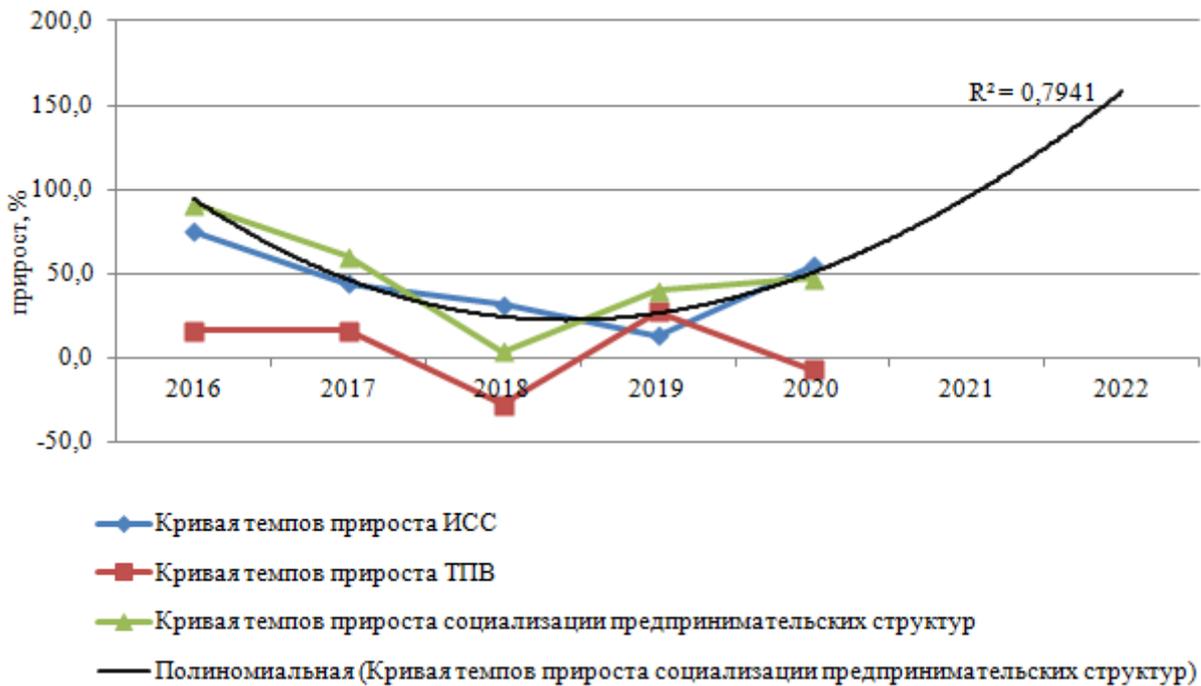


Рисунок 60 – Кривая темпов прироста социализации предпринимательства и прогноз до 2022 года

Как видно из рисунка 60, кривая темпов прироста социализации предпринимательства (КСП) логично отображает выводы рисунка 59, где кривые темпов прироста ИСС и ТПВ до 2018 года имеют нисходящую динамику. При этом следует отметить, что в отличие от кривой темпов прироста ТПВ, кривая темпов прироста социализации предпринимательства имеет положительные значения на всей области допустимых значений, что свидетельствует об усилении тенденций социализации предпринимательства в российской экономике. Начиная с 2018 года, данное усиление становится еще более значимым, так как КСП имеет положительный наклон.

На основе КСП автором построен полиномиальный тренд 3 степени (гиперболического вида), который позволяет осуществить прогноз развития

процесса социализации предпринимательских структур в России, обуславливающим перераспределение сфер ответственности субъектов экономики в условиях трансформации трехстороннего перекрестного (субъектного) взаимодействия. Данную модель можно считать достоверной (модель приемлемого качества), поскольку коэффициент детерминации полиномиального тренда составляет величину, близкую к единице ($R^2=0,7941$).

Предложенный автором подход к оценке социализации предпринимательства в российской экономике не рассматривается как единственно возможный и допускает существование альтернативных методик измерения социализации посредством специализированных показателей. Авторский подход позволит сфокусироваться на положительных аспектах процессов, проистекающих при развитии социализации предпринимательства, свести к минимуму возникающие отрицательные последствия и повысить качество анализа, проводимого с целью достижения роста благосостояния населения.

С другой стороны, усиление санкционного давления со стороны внешних экономик представляется как глобальный фактор, предопределяющий не только негативные последствия для отечественного народного хозяйства, сколько изменения в политическом курсе, в рамках которого российскими властями предпринимаются ответные меры, вызванные изменением миропорядка хозяйствования. Поддержка устойчивости отечественной экономики обуславливает неизбежное усиление контроля со стороны государства за проведением мероприятий бюджетного планирования, основанного на собственных источниках финансирования (без внешних займов). При этом, в отношении бизнеса сегодня наблюдается применение инструментов фискальной политики, стимулирующих его стабильное и долгосрочное функционирование (например, налоговые каникулы, реструктуризация долга и др.). Несмотря на это, бизнес (в том числе сфера услуг: банковская сфера, информационные технологии) в условиях санкционного давления вынужден подстраиваться под новые реалии дефицита ресурсов, в том числе бюджетных. Однако, акценты на реализацию

социально-значимых проектов бизнесом останутся на повестке дня, поскольку являются частью современной социально-ориентированной экономики (Глава 1).

В перспективе социализация предпринимательства, по мнению автора, должна включать ряд последовательных действий в рамках следующих этапов:

1) первый этап, который представляет собой агрегирование данных о направлениях предстоящей работы, поставленной цели и решаемых задачах, приоритетах относительно ожидаемых результатов; о планируемых значениях показателей, направленных на развитие деятельности; об организационных структурах, информационных потоках, взаимодействиях с внешней средой и других количественных и качественных параметрах деятельности социальных предпринимателей и социально ответственных предпринимательских структур;

2) на втором этапе необходима формализация всех собранных данных в соответствии с действующим законодательством и стандартами;

3) третий этап характеризуется формированием совокупности индикаторов для оценки эффективности протекающих в настоящее время бизнес-процессов, а также проведением динамического анализа конкретных участников социализированной предпринимательской среды;

4) на четвертом этапе актуализируется необходимость выстраивания функциональных и информационных моделей бизнес-процессов, содержащих в себе инициативы по совершенствованию организационных структур и системы управления бизнесом, механизмов и инструментов информационной поддержки субъектов социализированной бизнес-среды с целью повышения эффективности деятельности, а также прогнозирования ее результатов.

5) пятый этап связан с аналитической работой по определению планируемых и фактических значений показателей эффективности, идентифицированных в ходе построения моделей бизнес-процессов, адекватных условиям социализированной предпринимательской среды; по сопоставлению полученных результатов (план и факт), выявлению отклонений и способствующих тому причин; по выработке рекомендаций в части совершенствования социализированной предпринимательской среды.

Таким образом, расширение практик социальной ответственности бизнеса и развитие социального предпринимательства как сферы, особенно активно проявляющей себя в социально-ориентированной рыночной экономике, являются стимулом для социализации предпринимательских структур в современной России. Стимулом для прогрессирующей в отечественной экономике концепции «социальной инициативы» бизнеса служит все более четкое понимание хозяйствующими субъектами данного процесса как важнейшего фактора развития гражданского общества и повышения доверия к российскому бизнесу. Неотъемлемым фактором, предопределяющим успешную реализацию данной концепции, является формирование и постоянное совершенствование механизмов субъектного взаимодействия с применением эффективных инструментов управления и регулирования в условиях становления социализированной предпринимательской среды, характеризующейся стиранием межсекторных границ, превалированием социальной миссии над экономической.

В этой связи особо важное значение приобретает не то, насколько механизмы взаимодействия субъектов социально-экономических отношений глубоко укоренились в процессе решения общественно значимых проблем, а как они встраиваются в существующие «правила игры», трансформируя в процессе как себя, так и своих партнеров, и в конечном итоге – сложившийся порядок и отношения. Поэтому, важной составляющей процесса социализации предпринимательских структур становится прозрачность взаимодействия бизнеса, власти и общества в условиях трансформации и «переплетения» ролей субъектов, хозяйствующих в современной социально-ориентированной рыночной экономике, а создание благоприятных условий для развития всего предпринимательского сектора с учетом потребностей формирующегося гражданского общества значительно повышает мотивацию труда работников в любой сфере экономики и ответственность за его конечные результаты.

Современные экономические и социальные реалии функционирования предпринимательских структур в российской экономике находят свое отражение в концептуальном подходе к исследованию трансформации роли бизнеса в

условиях перераспределения сфер ответственности субъектов экономики, построенному на основе социализации российской бизнес-среды, обусловленной гуманизацией экономических отношений; двуединой сущности социализации предпринимательства; трехстороннего перекрестного взаимодействия государства, предпринимательских структур и общества.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Эволюция экономических знаний в условиях становления социально-ориентированного рыночного хозяйства и трансформации экономических действий хозяйствующих субъектов обусловили возникновение контуров экономики предпринимательства, как обособленного направления в науке. Имеющие место в экономической науке в разные периоды времени различные точки зрения на содержание термина «предпринимательство» до сих пор являются объектом для исследования, а концепции «экономики предпринимательства», обладающие множеством разнообразных категориальных подходов, влияют на эволюцию предпринимателя как субъекта социально-экономических отношений.

Научная парадигма социально-ориентированной рыночной экономики в России, становление которой приходилось на начало XXI века, предопределила трансформацию модели социально-экономического развития в целом. «Правила игры» в рамках новой практики хозяйствования способствовали изменению акцента принимаемых управленческих решений субъектами экономики от чисто экономических показателей к достижению социальных и экологических результатов. К основополагающим аспектам новой модели социально-экономического развития необходимо отнести:

- формирование законодательных основ и социально-экономических предпосылок, адекватных современным условиям хозяйствования;
- расширение направлений для реализации социальной составляющей предпринимательской деятельности;
- обеспечение роста уровня жизни населения и развития гражданского общества путем достижения долгосрочности и стабильности функционирования хозяйствующих субъектов, предопределяя подчинение цели и задач их деятельности решению общественно-значимых проблем.

Социальный вектор стратегии развития отечественной экономики на федеральном уровне актуализирует проблему необходимости расширения сфер государственного социального контроля при непосредственной активизации

социальной функции бизнеса, предопределяя значительную трансформацию научной мысли в сфере «экономики предпринимательства»

Становление новой модели социально-экономического развития, предполагающей появление и усиление социальной составляющей среды функционирования предпринимательства, предопределило нарастание научного интереса к новым формам благ, предоставляемых обществу государством и бизнесом – социально значимым. Так, теоретико-методологические и прикладные стереотипы, сложившиеся в экономике предпринимательства относительно производства услуг специфического характера, сформировали противоречия между ожиданиями населения в отношении качества и стоимости услуг; интересами бизнеса в отношении механизмов возмещения затрат на производство благ социального характера; решением задачи государства относительно повышения уровня жизни населения. Стремление экономических субъектов в своей деятельности уравновесить желаемое потребление и результат актуализируют проблему гуманизации современных экономических отношений.

Реализация экономической концепции социально-ориентированного рыночного хозяйства позволила многим промышленно развитым странам середины XX века достичь значительного уровня производительности труда и конкурентоспособности национальных экономических систем. Обретение статуса постиндустриальных экономик, в свою очередь, явилось предпосылкой для обеспечения показательного высокого уровня благосостояния населения и снижения остроты социальных противоречий в этих странах. Судя по опыту их развития, именно надлежащий экономический базис позволил сформировать устойчивую модель социальных отношений в обществе.

Характерно, что все современные развитые общества опираются на универсальную модель институциональных взаимоотношений, определенных форматом социально-экономической системы. Конструкция этой модели скреплена идеей социальной солидарности, непосредственно связанной с понятием социального партнерства как формы многостороннего общественного взаимодействия.

При отсутствии системного подхода к исследованию условий и факторов функционирования экономических акторов в социально-ориентированной экономике, в итоге формирующей предпринимательскую среду, снижается отдача от вложенных бизнесом ресурсов в решение социально значимых проблем. Поэтому важнейшим аспектом новой модели социально-экономического развития России является ее социальная направленность, предполагающая как развитое понимание представителями бизнес-структур необходимости своего социально ориентированного поведения, так и подчиненности целей и результатов своей деятельности задачам повышения уровня и качества жизни населения, достижения социальной стабильности в гражданском обществе и общественного благосостояния. Наиболее серьезным фактором, сдерживающим указанные трансформационные проявления в отечественной экономике, является низкая активность гражданского общества в модернизационных процессах, преодоление которого положительно отразится на становлении и развитии социализированной бизнес-среды, направив ее в необходимое социуму русло.

Взаимодействие экономических субъектов в условиях роста их социальной ответственности направлено не только на увеличение числа финансово независимых акторов и их объединений, но и на трансформацию самих государственных институтов, которые становятся активными участниками рыночных отношений, взаимодействуя, а иногда и конкурируя с бизнес-сообществом, передавая ему все больше функций даже в тех отраслях, за которые ранее традиционно несли единоличную ответственность. Подобная модернизация современных социально-экономических отношений хозяйствующих субъектов неизбежно повлияла на формирование механизма взаимодействия властных и предпринимательских структур в форме двустороннего партнерства, а также его дальнейшее развитие, обуславливая сложность и многогранность субъектного взаимодействия.

Учитывая вышеизложенное, очевидным становится факт необходимости разработки механизмов и инструментов проведения новой государственной социально-экономической политики, основанной на социально-ориентированном

векторе современных трансформационных процессов, и ориентированной на достижение социальной стабильности в обществе в условиях гуманизации экономического роста. Построение эффективной системы взаимоотношений между властными и предпринимательскими структурами наряду с успешной социальной интеграцией бизнеса в новые условия хозяйствования при активном включении общества в среду трехстороннего взаимодействия является ключевым аспектом новой государственной политики.

Осознание государством, предпринимательством и обществом необходимости сближения интересов недостижимо без формирования новых механизмов их сотрудничества, основанных на принципах партнерства, финансовой независимости, интеграции. Одной из таких форм является становление трехстороннего перекрестного (субъектного) взаимодействия хозяйствующих субъектов, предполагающего не только трансформацию самих участников рыночных отношений, но и переплетение их ролей в процессе осуществления хозяйственной деятельности, актуализируя перераспределение зон ответственности за достижение стабильного социально-экономического развития.

Концепция корпоративной социальной ответственности в полной мере соответствует идеологии социальной рыночной экономики и подразумевает взаимодействие институциональных единиц (макросоциальных) групп на основе принципов сотрудничества и компромисса. В подтверждение тезиса автора о том, что современный бизнес, активно внедряющий в свою деятельность социальные практики, становится важнейшим элементом формирования развитого гражданского общества, приводятся факты: отмечается устойчивая тенденция к становлению и развитию социализированной российской предпринимательской среды; отмечается дуализм социализации бизнеса – с одной стороны, как повышение его социальной ответственности, с другой – как расширение сферы социального предпринимательства. Кроме того, современные реалии растущих геополитических угроз и связанные с ними риски определяют возросший научный интерес с точки зрения теоретико-методологического обоснования и практической необходимости социализации предпринимательства в российской

экономике. Повышение эффективности функционирования всей экономической системы в итоге достигается за счет формирования благоприятных условий для привлечения инвестиций бизнеса, повышения мотивации труда и ответственности за его конечные результаты.

Понимание хозяйствующими субъектами необходимости социальной направленности своей деятельности как одного из важнейших факторов, оказывающих влияние на развитие гражданского общества и повышения доверия к бизнесу, послужит стимулом для развития социализации предпринимательских структур в российской экономике. Свое практическое применение усиление социальной направленности предпринимательства находит отражение в повсеместной реализации бизнесом новых социальных технологий, успешное использование которых обусловлено целым рядом взаимозависимых факторов:

1) синергия связей, создающих предпринимательскую ценность. На смену углублению специализации и формированию тесной кооперации производителей середины XX века, глобализации и интеграции конца XX пришли тенденции социализации, которые к настоящему времени проникли практически во все сферы жизнедеятельности общества, предопределяя успеха современного бизнеса – синергия взаимосвязей и взаимодействий между компаниями, людьми и их идеями, подкрепленными общими интересами и ясными долгосрочными целями.

2) сила гражданского коллективизма. Открытость современного бизнеса к обмену знаниями, взаимодействию с разнообразными сообществами, к формированию коллективного разума становится измерителем успеха как результата работы всего сообщества, как единого слаженного механизма. Осознанность гражданской ответственности в свою очередь приводит к формированию социализированной среды функционирования.

3) гибкое корпоративное управление как четкое понимание долгосрочной социализированной траектории развития бизнеса, предусматривающей: соподчиненность целей каждого из участников предпринимательской деятельности общей корпоративной цели; быстрое и свободное реагирование на возникающие проблемы и ответственность за принимаемые решения.

4) новый взгляд на потребителя. Трансформируется ключевая роль потребителя в социализированной бизнес-среде – от конечного пункта получения бизнесом прибыли до полноправного участника формирования целостной системы предпринимательского мышления, превращаясь в источник получения дополнительной прибыли и конкурентных преимуществ.

5) ошибки как стимул к развитию, когда социальная ответственность, проявляющаяся на различных уровнях, дает возможность каждому высказывать свое мнение, отдавать свой голос за реализацию желаемой социальной программы, принимать участие в достижении общих целей, а, следовательно, и результаты принятых решений делятся среди всех взаимодействующих сторон.

Современные экономические и социальные реалии функционирования предпринимательских структур в российской экономике находят свое отражение в концептуальном подходе к исследованию трансформации роли и места бизнеса в условиях перераспределения сфер ответственности субъектов экономики.

Взаимосвязанные и последовательные изменения в современных социально-экономических отношениях хозяйствующих субъектов, обусловленные развитием социализированной бизнес-среды, переходом от двухстороннего к трехстороннему перекрестному взаимодействию на постоянной основе, перераспределением сфер ответственности субъектов экономики, вызывают синергетический эффект процесса социализации предпринимательских структур.

Процесс реализации предложенной в диссертационном исследовании концепции предполагает ряд последовательных этапов: от сбора информации о решаемых задачах, приоритетах, показателях развития и эффективности до формирования предложений по совершенствованию систем управления бизнес-процессами субъектов социализированной предпринимательской среды, повышения эффективности бизнес-процессов и прогнозирования их результатов.

Особую роль в достижении устойчивости и долгосрочности развития национальной экономики в условиях формирования социально ответственного поведения экономических субъектов играет ожидаемый результат процесса социализации предпринимательских структур, достижение которого

подразделяется автором по трем направлениям:

1. Увеличение вклада бизнеса в национальную экономику – формирование качественно новых инструментов по созданию благоприятной социальной бизнес-среды, способствующей наиболее полному удовлетворению потребностей населения на конкретной территории.

2. Формирование конкурентоспособного сектора социального предпринимательства – становление сегмента успешно функционирующих на принципах конкурентности и кооперирования социальных предпринимателей в условиях превалирования рыночных методов ведения хозяйства.

3. Рост благосостояния общества – формирование и совершенствование практик социальной ответственности и социального предпринимательства мультипликаторным эффектом положительно отразится на состоянии современной инфраструктуры, позитивно влияя на устойчивость экономического роста, способствуя достижению долгосрочной цели социально-экономического развития – повышение уровня и качества жизни населения.

Таким образом, важной составляющей процесса социализации предпринимательских структур становится прозрачность взаимодействия бизнеса, власти и общества в условиях трансформации и «переплетения» ролей субъектов, хозяйствующих в современной социально-ориентированной рыночной экономике, а создание условий развития предпринимательского сектора, адекватных формирующимся потребностям гражданского общества, существенно повышает мотивацию труда в любой сфере экономики и ответственность за его конечные результаты. Представленное в диссертационном исследовании теоретико-методологическое и концептуальное обоснование социализации предпринимательских структур в условиях перераспределения сфер ответственности всех экономических субъектов отвечает не только мотивационным установкам бизнеса, но и современным принципам регулирования экономики, направленным на построение социального государства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: принята Всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020 // СПС «Консультант +».
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ (ред. от 23.05.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 03.06.2018) // СПС «Консультант +».
3. Уголовный Кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 №63-ФЗ (ред. от 01.07.2021) // СПС «Консультант +».
4. Федеральный закон от 05.04.2010 №40-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций» // СПС «Консультант +».
5. Федеральный закон от 08.06.2020 №172-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации» // СПС «Консультант +».
6. Федеральный закон от 24.07.2007 №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // СПС «Консультант +».
7. Федеральный закон от 26.07.2019 №245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» // СПС «Консультант +».
8. Указ Президента РФ от 07.05.2018 №204 (ред. от 21.07.2020) «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» // СПС «Консультант +».
9. Постановление Правительства РФ от 11.06.2020 №847 (ред. от 29.06.2020) «О реестре некоммерческих организаций, в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции» (вместе с «Положением о порядке ведения

реестра некоммерческих организаций, в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции») // СПС «Консультант +».

10. Закон РСФСР от 25.12.1990 №445-І «О предприятиях и предпринимательской деятельности» // СПС «Консультант +».

11. Распоряжение Правительства РФ от 2 июня 2016 г. №1083-р об утверждении «Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» // СПС «Консультант +».

12. Устав Международной организации труда (принят в 1919 г.) (с изменениями и дополнениями 1972 г.) // СПС «Консультант +».

13. Абалкин Л. Предпринимательство: его природа и роль в обновлении общества // Экономика и жизнь. – 1991. – №29. – С. 6-10.

14. Абдулаева З.З. Возможности и условия расширения занятости женщин в сфере малого предпринимательства // Управленческий учет. – 2021. – № 9-2. – С. 321-328.

15. Аблякимова Л.Р. Характерные черты предпринимательской деятельности в России / Экономика и предпринимательство: актуальные вопросы, тенденции и перспективы развития: сборник научных статей. – Пенза: Издательский дом «Глобус». – 2019. – С. 55-57.

16. Абрамов А.Е., Аксенов И.В., Радыгин А.Д., Чернова М.И. Современные подходы к измерению государственного сектора: методология и эмпирика // Экономическая политика. – 2018. – Т.13. – №1. – С. 36-69.

17. Абрамов В.Н. Оценка основных показателей развития малого бизнеса в Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: <https://srtv.gks.ru/storage/mediabank/%D0%90%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D0%B2.pdf> (дата обращения 05.06.2019).

18. Абрамов В.Н. Статистический анализ динамики числа субъектов малого предпринимательства в России. // Проблемы и перспективы развития молодежного малого предпринимательства в России: материалы IX Международной научно-практической конференции – Тамбов: Изд-во Першина

Р.В., 2020. – С. 14-20.

19. Авдокушин Е.Ф., Сизов В.С. Новая экономика: теория и практика // под ред. проф. Е.Ф. Авдокушина, проф. В.С. Сизова / ВСЭИ. – М.: Магистр: Инфа-М, 2014. – 368 с.

20. Авилова М.Г. Корпоративная социальная ответственность в России: тенденции, проблемы, решения // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 34. – С. 1-5. [Электронный ресурс] URL: <http://e-koncept.ru/2016/56712.htm> (дата обращения 01.09.2020).

21. Адаманова З. О. Проблемы и перспективы развития инфраструктуры рынка в странах ЕС / З. О. Адаманова // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства : Сборник научных трудов IV Международной научно-практической конференции, Симферополь, 23–25 марта 2018 года. – Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2018. – С. 58-60.

22. Адаптационные стратегии населения. 10 лет исследований / Под ред. Е.М. Аврамовой. – СПб.: Компьютербург, 2004. – 196 с.

23. Азаренко В.Е. Проблема внедрения института самозанятых граждан в законодательство Российской Федерации // Меридиан. – 2020. – №7(41). – С. 210-212.

24. Айгубов С.З., Абдулаева З.З. Роль приоритетных национальных проектов в обеспечении социальной безопасности общества / В сборнике: Технологии социальной работы в различных сферах жизнедеятельности. Материалы VI Международной научно-практической конференции. 2020. – С. 65-70.

25. Аксаниченко Н.А., Судова Т.Л. Система управления благотворительной деятельностью в крупных российских компаниях // Молодежный научный форум: общественные и экономические науки. – 2015. – №9 (28). – С. 53-58.

26. Актуальные проблемы развития региональных социально-экономических систем: монография / М.Г. Лещева [и др.]. – Ставрополь: Мир данных, 2007. – 236 с.

27. Албутова А.И. Социальное предпринимательство в России: ключевые игроки и потенциал формирования // Экономическая социология. – 2013. – Т. 14. – №3. – С. 109-132.
28. Ансофф И. Стратегическое управление. / Пер. с англ. – Москва: Экономика, 1989. – 519 с.
29. Арай Ю.Н., Бурмистрова Т.А. Специфика бизнес-моделей в социальном предпринимательстве // Российский журнал менеджмента. – 2014. – Т. 12. – №4. – С. 55-78.
30. Асаул А.Н. Взаимодействие государства и бизнеса в решении социальных проблем // Экономическое возрождение России. – 2018. – № 2. – С. 4.
31. Атлас практик развития социального предпринимательства субъектами Российской Федерации / Фонд региональных социальных программ «Наше будущее», 2019. – 65 с.
32. Багиев Г.Л. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие / под общей ред. проф. Г.Л. Багиева. – СПб: СПбГУЭФ, 2001. – 231 с.
33. Балаева О.Н., Предводителя М.Д. Роль сферы услуг в мировой экономике // Маркетинг услуг. – 2008. – №04 (16). – С. 248-256.
34. Банникова Н. В. Инновационно-предпринимательская среда как объект государственного регулирования / Н. В. Банникова, С. В. Левушкина // Глобальная экономика в XXI веке: диалектика конфронтации и солидарности : Сборник научных трудов по итогам IV-й Международной научной конференции, Краснодар, 02–03 марта 2017 года. – Краснодар: Научно-исследовательский институт экономики Южного федерального округа, 2017. – С. 282-285.
35. Барина В.А., Земцов С.П. Международный сравнительный анализ роли малых и средних предприятий в национальной экономике: статистическое исследование // Вопросы статистики. – 2019. – Т. 26. – №6. – С. 55-71.
36. Башин Ю. Б. Экономика информационного общества / Ю. Б. Башин, Г. Н. Гринев, Ю. Г. Дремова. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2021. – 302 с.
37. Бельская Ю.В. Проблемы индивидуалистического редукционизма в

экономической теории // Интерэкспо. Гео-Сибирь. – 2015. – №1. – С. 9-13.

38. Бизнес – регионам. Сборник корпоративных практик. / РСПП, Москва, 2014 г. – 132 с.

39. Бизнес. Экология. Человек, сборник корпоративных практик. / РСПП, Москва, 2016 г. – 156 с.

40. Благов Ю.Е., Арай Ю.Н. Социальное предпринимательство: проблемы типологии (предисловие к разделу). // Вестник С.-Петербургского ун-та. Серия Менеджмент (3). – 2010. – С. 109-114.

41. Блауг М. 100 великих экономистов до Кейнса / Пер. с англ. под ред. А.А. Фофонова. – СПб.: Экономическая школа, 2008. – 352 с.

42. Бобылев С.Н. и др. Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации за 2004 год: монография. – Москва: ООО «Издательство «Весь мир», 2004. – 159 с.

43. Богданов Л.А. Экономические взгляды А.Р. Тюрго / Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-vzglyady-a-r-tyurgo/viewer> (дата обращения 25.04.2021).

44. Богомолова Е.В., Галицкая Е.Г., Иванова И.И., Кот Ю.А., Петренко Е.С. Гражданское участие в российском обществе. – Фонд «Общественное мнение», 2014. – 23 с.

45. Бодрунов С.Д. Ноономика / Монография. – М.: Культурная революция, 2018. – 432 с.

46. Болор Б. Понятие и содержание предпринимательства / Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-i-soderzhanie-predprinimatelstva/viewer> (дата обращения 23.04.2021).

47. Большой экономический словарь: 26500 терминов / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 7-е изд. доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2012. – 1472 с.

48. Бондарская Т. А. Развитие информационной экономики в мировых и

региональных системах: Утверждено Ученым советом университета в качестве учебного пособия для студентов, обучающихся по специальности 38.05.01 «Экономическая безопасность», очной и заочной форм обучения / Т. А. Бондарская, Г. Л. Попова, Р. В. Жариков. – Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, 2020. – 87 с.

49. Бочкарев Д.А., Гуськова И.В., Серебровская Н.Е. Современное российское предпринимательство: актуальные характеристики и тренды // Казанский экономический вестник. – 2020. – №2 (46). – С. 13-19.

50. Братищев И.М., Макарян А.С. Социальная рыночная экономика и механизм ее становления в России. – Москва: ЗАО «Издательство», 2003. – С. 26-27.

51. Бреев Б., Галецкий В. Развитие сферы услуг и экономический рост // Российский экономический журнал. – 2000. – №10. – С. 56-60.

52. Бронников И.А. Гражданский активизм как ресурс «мягкой силы» России // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). – 2019. – №1. – С. 3-15.

53. Бурменко Т.Д. Мировой рынок услуг: факторы и особенности развития // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2011. – №6. – С. 56-63.

54. Бурменко Т.Д. Современная экономика развитых стран в координатах различных определений // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2011. – №6. – С. 1-6.

55. Бурменко Т.Д. Софтизация и сервисизация – черты экономики современного типа и основные ориентиры российской модернизации // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2011. – №6 (80). – С. 23-26.

56. Буров В. Ю. Основы предпринимательства: Часть III, учебное пособие: в 3 ч. / В. Ю. Буров; Забайкал. гос. ун-т. – Изд. 2-е, доп. и перераб. – Чита, ЗабГУ, 2018. Часть 3. Практика малого бизнеса, 2018. – 284 с.

57. Бурухин С.С. Политико-правовые условия социальной эффективности: ценностные основания // Вестник ТвГУ. Серия «Философия». – 2020. – №3(53). – С. 130-139.
58. Бусыгин А.В. Предпринимательство. Основной курс. – Москва: ИНФРА-М, 2009. – 608 с.
59. Варнавский В.Г. и др. Российская социально-экономическая система: реалии и векторы развития. – Москва, 2021. (Издание 4-е, переработанное и дополненное).
60. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Учеб. пособие – Москва: Аспект Пресс, 2003. – 335 с.
61. Вебер М. Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
62. Ведин Н.В. О теоретико-методологических основах преодоления конкурентно-индивидуалистической парадигмы в современной экономической науке // Проблемы современной экономики. – 2006. – №3-4(19-20). – С. 29-37.
63. Вербицкий А. Благотворительность банков на пути к социальному партнерству / Роль благотворительности в деятельности банков. – М.: Информационно-аналитическое агентство А.С.Н. и Издательский дом «Банковское дело», 1994. – С. 17.
64. Войтоловский Н.В., Погодина В.В., Альхимович И.Н. Организация взаимодействия предпринимательских структур в развитии инновационно-инвестиционной деятельности региона // Проблемы современной экономики. – 2020. – № 3(75). – С. 137-142.
65. Войтоловский Н.В., Подшивалова М.М., Сисина Н.Н. Цифровые бизнес-модели: актуальные вопросы управления и анализа / В сборнике: Актуальные вопросы бухгалтерского учета, анализа и аудита в эпоху инфоэкономики. Сборник статей профессорско-преподавательского состава, студентов и магистрантов. Санкт-Петербург, 2021. – С. 13-15.
66. Волкова Л.П. Антикоррупционная правовая культура государственных служащих: понятие и проблемы формирования // Законы России: опыт, анализ, практика. – 2018.– № 8. – С. 88-94.

67. Ворожбит О.Ю., Зубова Н.В., Корень А.В. Структура предпринимательской среды: определяющие факторы // Вестник Тихоокеанского государственного университета. – 2010. – №4(19). – С. 121-128.
68. Восколович Н.А. Экономика платных услуг. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 399 с.
69. Восколович Н.А. Экономика, организация и управление общественным сектором : Учебник и практикум / Н.А. Восколович, С.Д. Еникеева, Е.Н. Жильцов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 324 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-05345-6.
70. Галанцева И.В. Инновационное развитие российской экономики // Ученые записки Альметьевского государственного нефтяного института. – 2020. – Т. 19. – С. 156-163.
71. Гимаев И.З. Концепция российской модели социально-политического аудита // Уфимский гуманитарный научный форум. – 2020. – №3(3). – С. 117-132.
72. Гладкий Н.А. Новая парадигма инвестирования социального предпринимательства // Вестник ДонНУ. Сер. В. Экономика и право. – 2021. – №1. – С. 33-38.
73. Глазьев С.Ю. Закономерность смены мирохозяйственных укладов в развитии мировой экономической системы и связанных с ними политических изменений // Наука. Культура. Общество. – 2016. – №3. – С. 5-45.
74. Говорин А.А. Инфраструктура современного предпринимательства: проблемы теории и практики / А. А. Говорин. – М.: Финстатинформ, 1999. – 173 с.
75. Головнин М.Ю., Никитина С.А. Каналы воздействия пандемии COVID-19 на экономику России // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2020. – № 5. – С. 9-23.
76. Гордин В.Э., Дымникова А.И. Новое в теории и практике фандрайзинга // Менеджмент и культура. Сб. научных трудов. – СПб.: СПГАК, 1998. – С. 43-65.
77. Горфинкель В.Я., Базилевич А.И., Попадюк Т.Г. Инновационное предпринимательство. Учебник для вузов. – М.: Юрайт-Издат, 2013. – 523 с.
78. Горфинкель В.Я., Поляк Г.Б. Предпринимательство: учебник. –

Издательство: Юнити-Дана, 2010. – 687 с.

79. Горшков М.С. Проблемные аспекты корпоративного управления в компаниях электросетевого комплекса с государственным участием // Правовой энергетический форум. – 2020. – № 2. – С. 48-53.

80. Государственная и муниципальная социальная политика. Курс лекций / А. Н. Аверин, А. М. Бабич, Л. В. Вагина [и др.]. – 2-е изд., перераб.. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "КноРус", 2022. – 494 с.

81. Государство и предпринимательство: сорегулирующее действие в модернизации национального бизнеса: монография / О.А. Соловьева. – Челябинск: Изд-во ООО «Полиграф-Мастер», 2013. – 170 с.

82. Гражданское участие. 2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: [Grazhdanskoe_uchastie_2017.pdf](#) (дата обращения 02.03.2020).

83. Грекова Г.И., Киварина М.В. Социализация российской бизнес-среды: основные тенденции и перспективы // Экономика и предпринимательство. – 2017. – №8-3 (85). – С. 400-403.

84. Гринберг Р. Уроки рыночных преобразований в постсоциалистических странах // Мир перемен. – 2004. – №1. – С. 49-61.

85. Гринберг Р., Рубинштейн А. Теория, инновации и контуры будущей экономики в диалоге с Кеннетом Эрроу // Вопросы экономики. – 2010. – №10. – С. 5-16.

86. Гринберг Р., Рубинштейн А. Экономическая социодинамика. – М., 2000. – 274 с.

87. Грошева Т.А. Россия на пути к социально ориентированной рыночной экономике // Известия Томского политехнического университета. – 2005. – Т. 308. – №5. – С. 189-192.

88. Грязева Е.В. Инновационные интерактивные модели в анализе деятельности предприятия // Экономика и предпринимательство. – 2017. – №8-2 (85). – С. 982-987.

89. Губина Ю.Ю. Самозанятые граждане, их отличия от индивидуальных

предпринимателей и пути легализации в Российской Федерации / Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Организационно-управленческие аспекты экономического развития предприятий и регионов», Омск, 23-24 мая 2019 г. – с. 34-38.

90. Гукасьян Г.М. Экономическая теория: проблемы «новой экономики»: Генезис науки. Неоинституционализм. Теория глобализации / Г.М. Гукасьян. – 2. изд. – М. [и др.]: Питер, 2003 (АООТ Тип. Правда). – 191 с.

91. Гулин К.А. Основы предпринимательства: учебное пособие / К.А. Гулин, А.Е. Кремин. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2017. – 106 с.

92. Даньшина В.В. Оценка компаний в области социальной ответственности бизнеса // Бизнес. Образование. Право. – 2016. – №4. – С. 44-50.

93. Дацко С.Н. Идея в молодости нашей... социальная ответственность предпринимательства // Российское предпринимательство. – 2006. – № 1. – С. 3-7.

94. Дворцов Ю.В. Место среднего бизнеса в социальном развитии общества // Проблемы современной экономики. – 2010. – №3 (35). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3246> (дата обращения 01.08.2020)

95. Демидова Л. С. Сфера услуг США: факторы ускорения динамики / Л. С. Демидова // Мировая экономика и международные отношения. – 2005. – № 12. – С. 38-49.

96. Демидова Л.С. Сфера услуг в постиндустриальной экономике // Мировая экономика и международные отношения. – 1999. – №2. – С. 24-32.

97. Докальская В.К., Михеев С.С. Развитие социальной инфраструктуры – необходимое условие повышения эффективности сельскохозяйственного производства // Региональная экономика. – 2009. – №29(122). – С. 56-60.

98. Донецкий А.М., Колесникова О.А. Эффективное социальное партнерство как фактор улучшения ситуации на рынке труда молодых специалистов / В сборнике: Инновационные доминанты социально-трудовой сферы: экономика и управление. Материалы ежегодной международной научно-практической конференции по проблемам социально-трудовых отношений (18

заседание), посвященной 100-летию Воронежского государственного университета. 2018. – С. 83-88.

99. Достойный труд – устойчивый бизнес. Сборник корпоративных практик. / Е. Н. Феоктистова, Г. А. Копылова, М. В. Москвина, М. Н. Озерянская, Д. Р. Пуртова. – РСПП, Москва, 2020 г. – 192 стр.

100. Дымникова А.И. Социальное партнерство как форма существования некоммерческих организаций в современном обществе // Управленческое консультирование. – 2005. – №2. – С. 145-146.

101. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства Федеральной налоговой службы [Электронный ресурс]. URL: <https://ofd.nalog.ru/index.html> (дата обращения 01.07.2020).

102. Ерохин А.К., Ерохина Л.Д., Власенко А.А. Социальное предпринимательство как путь к социальным изменениям // Azimuth of Scientific Research: Economics and Administration. – 2020. – Т. 9. – №4(33). – С. 140-144.

103. Заборовская О.В. «Зелёная» экономика региона и устойчивое развитие. / В сборнике: Новеллы права, экономики и управления 2020. Сборник научных трудов по материалам VI международной научно-практической конференции. 2021. – С. 534-538.

104. Заборовская О.В. Роль социального предпринимательства в развитии социальной сферы региона / Стратегии развития предпринимательства в современных условиях. Сборник научных трудов IV национальной (с международным участием) научно-практической конференции. 2020. – 391 с. (С. 62-65).

105. Заборовская О.В., Сипунова Н.В. Экономические аспекты повышения социальной ответственности индивидуума в контексте устойчивого развития региона // Экономика Северо-Запада: проблемы и перспективы развития. – 2021. – № 1 (64). – С. 24-29.

106. Задимидченко А.М. Система финансовой поддержки инвестиционных проектов как элемент инвестиционной среды региона / В сборнике: Нефть и газ Западной Сибири. Материалы Международной научно-технической конференции,

посвященной 90-летию со дня рождения Косухина Анатолия Николаевича. 2015. – С. 67-71.

107. Задорин И.В. Социальное предпринимательство: восприятие россиян // Презентация выступления на «круглом столе» 25.06.2015 «Социальное предпринимательство: Лучшие практики и основные вызовы» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.zircon.ru/publications/sotsiologiya-sotsialnoy-sfery-i-grazhdanskogo-obshchestva/> (дата обращения 01.07.2020).

108. Задорожная Е.К., Богомолова И.С., Бабилова А. В., Масыч М.А., Федотова А. Ю. Экономика инновационного предпринимательства: Учебное пособие / Под ред. И.К. Шевченко. – Таганрог: Изд-во ЮФУ, 2012. – 217 с.

109. Захарова Ж. А. Методические подходы к оценке уровня развития государственно-частного партнерства в регионе / Ж. А. Захарова, П. Н. Захаров // Проблемы развития территории. – 2018. – № 2(94). – С. 47-56.

110. Зверева Н.И. Социальный бизнес – это перспектива обозримого будущего // Бизнес-журнал. – 2014. – №6. – С. 50–53.

111. Зорина А.Е., Мозговая А.В. Ответственность власти и населения в условиях риска: фактор доверия // Социологическая наука и социальная практика. – 2016. – №1(13). – С. 71-92.

112. Зубаревич Н.В. Крупный бизнес в регионах России: территориальные стратегии развития и социальные интересы. Аналитический доклад. Независимый институт социальной политики. – М.: Поматур, 2005.

113. Иванов Н. Н. Управление в сфере услуг (Инфраструктурный подход) : специальность 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика; логистика; экономика труда; экономика народонаселения и демография; экономика природопользования; экономика предпринимательства; маркетинг; менеджмент; ценообразование; экономическая безопасность; стандартизация и управление качеством продукции; землеустройство; рекреация и туризм)" : диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук

/ Иванов Николай Николаевич. – Санкт-Петербург, 2002. – 302 с.

114. Ивлева Г. Трансформация экономической системы: обзор концепций и контуры общей теории // Общество и экономика. – 2003. – №10. – С. 3-40.

115. Ивченко С.В., Либоракина М.И., Сиваева Т.С. Город и бизнес: формирование социальной ответственности российских компаний. – Москва, 2004.

116. Ильчиков М. З. Предпринимательская функция и экономический механизм ее осуществления / М. З. Ильчиков. – 2-е изд. – М.: ИД «Камерон», 2005. – 104 с.

117. Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества: Научное издание / В. Л. Иноземцев. – Москва: Academia-Наука, 1998. – 640 с.

118. Инфраструктура России: индекс развития 2019 / Материалы аналитического обзора InfraONE. – М.: ООО «Первая Инфраструктурная», 2019. – 61 с.

119. Иродова Е.И. Механизм государственно-частного партнерства // Теоретическая экономика. – 2017. – №6. – С. 135-142.

120. Канаева О., Канаев А. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие компании: компаративный анализ концепций // Oikonomos: Journal of Social Market Economy. – 2019. – № 2 (14). – С. 6-28.

121. Квилинский А. С. Информационная экономика в условиях глобальной цифровой среды: тенденции и приоритеты развития / А. С. Квилинский, Н. В. Трушкина // Education, Law, Business : Collection of scientific articles. – Madrid : Cartero Publishing House, 2019. – С. 20-23.

122. Киварина М. В. Региональное социальное развитие: современные вызовы и перспективы / М. В. Киварина // Beneficium. – 2019. – № 3(32). – С. 34-42. – DOI 10.34680/BENEFICIUM. – 2019. – №3(32). – С. 34-42.

123. Киварина М.В. Социализация предпринимательства как фактор устойчивого экономического роста // Вестник Института экономики и управления НовГУ. Научно-теоретический и прикладной журнал. – 2017. – №2 (24). – С. 44-51.

124. Киварина, М. В. Эволюция взаимодействия властных и предпринимательских структур в российской экономике : специальность 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика; логистика; экономика труда; экономика народонаселения и демография; экономика природопользования; экономика предпринимательства; маркетинг; менеджмент; ценообразование; экономическая безопасность; стандартизация и управление качеством продукции; землеустройство; рекреация и туризм)" : диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Киварина Мария Валентиновна. – Великий Новгород, 2014. – 347 с.

125. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство / Израэл Кирцнер; пер. с англ. А.В. Куряева и Д.А. Бабушкина под ред. А.В. Куряева. – Челябинск: Социум, 2010. – 272 с.

126. Кислицын Е. В. Имитационные модели и методы сетевой экономики / Е. В. Кислицын, М. В. Панова. – Екатеринбург : Уральский государственный экономический университет, 2018. – 161 с.

127. Кликич Л. М. Трансформация сферы услуг при переходе к постиндустриальному обществу / Л. М. Кликич, Н. И. Вульфсон, Р. М. Муратова. – Уфа, 2001. – 92 с.

128. Князев Ю. Эволюция экономической теории: от рыночного либерализма к социальному регулированию / Ю. Князев // Общество и экономика. – 2008. – № 3-4. – С. 19-44.

129. Князев Ю.К. Обновление экономической теории: от непреложного индивидуализма к коллективизму // Мир перемен. – 2011. – №2. – С. 39-54.

130. Князев Ю.К. Современная экономика – синтез рынка и социального регулирования: Монография. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 176 с. – (Научная мысль). – DOI 10.12737/2477.

131. Князев, Ю. О современном понимании основ экономической теории / Ю. Князев // Общество и экономика. – 2013. – № 7-8. – С. 126-156.

132. Коверкина Е.В., Щербакова А.И. Сущность и содержание процесса социализации личности в современных социокультурных условиях / В сборнике: Художественное пространство культуры третьего тысячелетия: проблемы науки и образования. Сборник научных трудов Высшей школы музыки им. А. Шнитке (институт) РГСУ. Москва, 2019. – С. 53-59.

133. Козельская И. Н. Развитие инфраструктуры рынка в современной России / И. Н. Козельская // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2021. – Т. 18. – № 3(117). – С. 24-31.

134. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения / Н. Д. Кондратьев; Междунар. фонд Н. Д. Кондратьева [и др.]. – М.: Экономика, 2002. – 765 с.

135. Конева О.В. Оценка регулирующего воздействия налоговой политики на экономическую безопасность промышленного кластера // Вестник НГИЭИ. – 2019.– № 5 (96). – С. 151-172.

136. Коновалова М.Е., Кузьмина О.Ю., Хансевяров Р.И. Основные направления развития экономической мысли в сфере предпринимательства // Экономические науки. – 2017. – №4(149). – С. 35-38.

137. КонсультантПлюс – ваша надежная правовая поддержка [Электронный ресурс] URL: <http://www.elcode.ru/consultant/index.html> (дата обращения 23.04.2020)

138. Коровкин А.Г., Долгова И.Н., Королев И.Б. Дефицит рабочей силы в экономике России: макроэкономическая оценка // Проблемы прогнозирования. – 2006. – №4. – С. 34-52.

139. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров / Э.М. Коротков, О.Н. Александрова, С.А. Антонов [и др.]; под ред. Э.М. Короткова. – Москва: Издательство Юрайт, 2013. – 445 с.

140. Котлер Ф. Основы маркетинга / Филип Котлер; Перевод с англ. В. Б. Боброва; Общ. ред. и вступ. ст. [с. 5-42] Е. М. Пеньковой. – Москва: Прогресс, 1991. – 733 с.

141. Котлярова С.Н. Подходы к исследованию и состоянию развития

инфраструктуры региона // Стратегия развития региона. – 2011. – №40(223). – С. 23-28.

142. Коцюба И. Ю. Сетевая экономика и электронный бизнес / И. Ю. Коцюба, П. А. Шиков, Ю. А. Шиков. – 2-е издание, дополненное. – Санкт-Петербург : Издательство "Инфо-да", 2021. – 196 с.

143. Кривошеев В.Т. Социальное партнерство и корпоративизм: российская специфика // Социологические исследования. – 2004. – № 6 (242). – С. 38-44.

144. Кроливецкий Э.Н., Лосев К.В. Стратегическое планирование развития социально ориентированных некоммерческих образовательных организаций // Журнал правовых и экономических исследований. – 2019. – № 1. – С. 144-147.

145. Кроливецкий Э.Н., Сажнева Л.П. Обеспечение целевой ориентации системы стратегического управления инновационным развитием организаций сферы услуг // Проблемы современной экономики. – 2020. – № 1 (73). – С. 181-183.

146. Ксенофонтов В.И. Теория и методология управления сбалансированным развитием регионов [Текст]: монография / В.И. Ксенофонтов. – Краснодар: Краснодарский ЦНТИ, 2010. – 191 с.

147. Кудряшова Н.В., Елагин В.И. Обеспечение финансовой безопасности многоотраслевых хозяйствующих субъектов сферы услуг // Вопросы региональной экономики. – 2019. – №2(39). – С. 36-40.

148. Кузнецова А.И. Инфраструктура: Вопросы теории, методологии и прикладные аспекты современного инфраструктурного обустройства. Геоэкономический подход. – М.: КомКнига, 2006. – 454 с.

149. Кузнецова И.И. Основы малого предпринимательства: учебник для учащихся учреждений нач. проф. образования. – М.: Издательский центр «Академия», 2011. – 192 с.

150. Курлыкова А.В. Концепции устойчивого развития и КСО в управлении градообразующими предприятиями // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2016. – №5. – С. 34-38.

151. Курпаяниди К. И. Вопросы оценки предпринимательской среды для

успешного ведения бизнеса / К. И. Курпаяниди, Э. А. Муминова // *Фундаментальные основы инновационного развития науки и образования : монография.* – Пенза : "Наука и Просвещение" (ИП Гуляев Г.Ю.), 2019. – С. 28-41.

152. Лавлок К. *Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии* / Кристофер Лавлок; [пер. с англ. Т. В. Безвенюк и др.]. – 4-е изд. – М. [и др.]: Вильямс, 2005 (ГПП Печ. Двор). – 997 с.

153. Лазаренко В.А. *КСО крупного бизнеса в России* // *Вестник Московского университета. Серия 5, География.* – 2018. – №1. – С. 66-72.

154. Лапкин В.В. *Государство во временах и пространствах: многообразие и изменчивость* // *Полис. Политические исследования.* – 2020. – №6. – С. 148-162.

155. Лапуста М.Г. *Малое предпринимательство.* – Москва: ИНФРА-М, 2010. – 685 с.

156. Лапуста М.Г. *Предпринимательство: учебник* / М. Г. Лапуста. – Изд. испр. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 384 с.

157. Ларичев О.И. *Теория и методы принятия решений, а также Хроника событий в Волшебных странах: Учебник.* Изд. второе, перераб. и доп. / О.И. Ларичев. – Москва: Логос, 2002. – 392 с.

158. Лесникова Э. П. *Сетевая экономика: Учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело* / Э. П. Лесникова, С. В. Вандышева, Е. А. Чудакова. – Воронеж : Издательско-полиграфический центр "Научная книга", 2020. – 90 с.

159. Литовченко С.Е., Шеховцов М.В., Костров С.А., Иванова Н.И. *Доклад: «Инновационный бизнес: основа ускоренного роста экономики Российской Федерации»* // *Инновации.* – 2006. – № 5 (92). – С. 26-43.

160. Лысенко Т.Н. *Современные тенденции развития сферы услуг* // *Вестник Российской академии естественных наук.* – 2010. – №14 (1). – С. 79-81.

161. Макконелл К.Р., Брю С.Л. *Экономикс: принципы, проблемы и политика: [в 2 т.: пер. с англ. 11-го изд.]* / Кэмпбелл Р. Макконелл, Стэнли Л. Брю. – Москва: Республика, 1993. [Т.] 2. – 400 с.

162. *Макроэкономика: учебник для студентов учреждений высшего*

образования по экономическим специальностям / А. В. Бондарь, В. А. Воробьев, А. М. Филипцов [и др.] ; под ред. А.В. Бондаря, В.А. Воробьева, А.М. Филипцова. – Минск : Белорусский государственный экономический университет, 2020. – 366 с.

163. Малашиха Г. Тенденции гуманизации и дегуманизации экономики. Отчуждение человека в перспективе глобализации мира // Выпуск 1 / Сборник философских статей. Под ред. Маркова Б.В., Солонина Ю.Н., Парцвания В.В. – Санкт-Петербург: Издательство «Петрополис», 2001. – С. 157-192.

164. Маркс К. Экономические рукописи 1857-1859 гг. // Маркс К., Энгельс Ф. – Соч. Т. 46. Ч. II. – С. 244.

165. Марусова В.В., Горин В.С. Интеллектуальные транспортные системы и «умные города» / В сборнике: Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика: Smart Nations: экономика цифрового равенства. Материалы III Международного научного форума. Государственный университет управления. 2020. С. 92-99.

166. Медянцева С.Г., Кавкаева Н.В., Кавкаева О.Н. Проекты государственно-частного партнерства в социальной сфере Российской Федерации // Journal of Economic Regulation (Вопросы регулирования экономики). – 2018. – Том 9. – №4. – С. 82-94.

167. Менгер К. Основания политической экономии // Австрийская школа в политической экономии: К. Менглер, Е. Бём-Баверк, Ф. Визер: Пер. с нем. / Предисл., коммент., сост. В.С. Автономия. – Москва: Экономика, 1992. – 494 с.

168. Милованова М.Ю. Социально ориентированные некоммерческие организации как агент социальных изменений и нового социального дизайна современной России // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». – 2020. – №1. – С. 74-84.

169. Мингалева Ж.А. Роль современных технологий в развитии «зеленой» экономики и экологически чистых городов // Вестник Московского университета. – Серия 6: Экономика. – 2020. – № 5. – С. 258-270.

170. Министерство экономического развития Российской Федерации.

Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://www.economy.gov.ru/> (дата обращения 26.03.2019).

171. Мир социального предпринимательства. Бюллетень // Центр социального предпринимательства и социальных инноваций (ЦСП НИУ ВШЭ). – 2019. – №13. – С. 2.

172. Молдован А.А., Золотова Т.С., Мартыненко О.В. Малый и средний бизнес, возрастание их роли в современной экономике // Научно-практический электронный журнал «Аллея Науки». – 2020. – №4 (43). [Электронный ресурс]. URL: Alley-science.ru (дата обращения: 01.03.2021).

173. Московская А.А. Стимулы и барьеры привлечения негосударственных поставщиков к оказанию социальных услуг: российский и зарубежный опыт // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2018. – № 3. – С. 88-116.

174. Мотышина М.С. и др. Механизмы управления организациями социально-культурной сферы в трансформируемой экономике России. – СПб.: СПбГУП, 2010. – С. 64-67.

175. Мысляева И.Н. Роль либеральной идеологии в трансформации социальных функций государства в условиях глобализации // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2021. – Т. 1. № 11 (119). – С. 15-20.

176. Мюллер В.К. Полный англо-русский и русско-английский словарь. 300000 слов и выражений / В.К. Мюллер. – М.: Эксмо, 2013. – 1328 с.

177. Мюллер-Армак А. Принципы социального рыночного хозяйства // Социальное рыночное хозяйство: Теория и этика экономического порядка в России и Германии / Пер. В. С. Автономов, Пер. В. А. Погосян. – СПб: Экон. шк., 1999. – С. 368.

178. Мясникова Л. «Новая экономика» в пространстве постмодерна // Мировая экономика и международные отношения. – 2001. – №12. – С. 3-15.

179. Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль / Ф.Х. Найт; Пер. с англ. М.Я. Каждана; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации, Россия центр эволюц. экономики. – М.: Дело, 2003 (ФГУП Моск. тип. j 6). – 359 с.

180. Наука, образование, бизнес: векторы взаимодействия в современном обществе: коллективная монография / под ред. И.Д. Демидовой, В.Н. Мининой, М.В. Рубцовой. – СПб., 2008. – 288 с.

181. Национальный центр государственно-частного партнерства [Электронный ресурс]. URL: <http://pprcenter.ru> (дата обращения 04.03.2019).

182. Никовская Л.И. Гражданское участие и государство: рост запроса на публичность и диалог / Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.isras.ru/files/File/publ/Nikovskaya>

183. Никовская Л.И., Якимец В.Н. Особенности институтов и механизмов публичного взаимодействия власти и гражданского общества на муниципальном уровне (по результатам социологического исследования) / В сборнике: Развитие политических институтов и процессов: зарубежный и отечественный опыт. Сборник научных статей XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Редколлегия: Н.В. Кефнер, Ю.В. Попова (отв. ред.) [и др.]. 2020. – С. 371-374.

184. Новая экономика: региональные аспекты и перспективы / А. А. Попов, Г. И. Рац, Т. А. Каратаева [и др.] ; Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова, Финансово-экономический институт. – Якутск : Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова, 2020. – 304 с.

185. Новиков В. А. Толковый словарь: термины рыночной экономики. – Москва, 1994. – С. 75.

186. Новые документы в сфере труда в «Конструкторе договоров» [Электронный ресурс]. URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения 22.03.2020).

187. Образцова О.И., Чепуренко А.Ю. Предпринимательская активность в России и ее межрегиональные различия // Журнал Новой Экономической Ассоциации. – 2020. – №2(46). – С. 199-211.

188. Основы предпринимательской деятельности: учебник / С.Д. Резник, И.В. Глухова, А.Е. Черницов; под общ. ред. С.Д. Резника. – Пенза: ПГУАС, 2014 – 304 с.

189. Основы предпринимательской деятельности: Учебное пособие / А.Ю. Мудревский, С.Б. Тюрин, А.Д. Бурыкин, А. В. Юрченко; под общ. ред. А.Ю. Мудревого. – Ярославль: Издательство Канцлер, 2018. – 256 с.

190. Основы предпринимательской деятельности: учебное пособие / Д.В. Гашко, Е.В. Ялунер. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. – 302 с.

191. Основы предпринимательской деятельности: учебное пособие / Е. Е. Ермолаев, А. М. Фролов, А. М. Афанасьев [и др.]. – Самара: Самарский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2012. – 242 с.

192. Панина Е.В., Ростанец В.Г. Союзы предпринимателей в системе регулирования регионального потребительского рынка. – М.: Изд-во ИРЭИ, 2001.

193. Пахомова О.А. Развитие человеческого капитала как источника социальных инноваций // Инновационная экономика – основа устойчивого развития государства: сборник статей Международной научно-практической конференции. 2017. – С. 101-104.

194. Пахомова О.А., Дубровина О.А. Системный подход к управлению социальной сферой региона // Экономика и предпринимательство. – 2017. – №8-1 (85-1). – С. 352-356.

195. Пашинцева Н. И. Цифровая экономика в России: информационное и статистическое обеспечение / Н. И. Пашинцева. – Москва : Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт проблем развития науки Российской академии наук, 2020. – 228 с.

196. Петрига Н. О. Информационная сервисизация в системе трансформации инфраструктуры предоставления услуг / Н. О. Петрига // Цифровая трансформация - шаг в будущее : Материалы II Международной научно-практической конференции молодых ученых, посвященной 100-летию Белорусского государственного университета, Минск, 27 октября 2021 года / Редколлегия: И.А. Карачун (гл. ред.), Б.Н. Паньшин, А.А. Королёва. – Минск: Белорусский государственный университет, 2021. – С. 228-231.

197. Петрова О. С. Взаимодействие власти и бизнеса в форме

государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения: специальность 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика; логистика; экономика труда; экономика народонаселения и демография; экономика природопользования; экономика предпринимательства; маркетинг; менеджмент; ценообразование; экономическая безопасность; стандартизация и управление качеством продукции; землеустройство; рекреация и туризм)": диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Петрова Ольга Сергеевна. – Великий Новгород, 2014. – 174 с.

198. Петти У. Трактат о налогах и сборах. *Verbum sapienti – слово мудрым. Разное о деньгах.* – Москва: Ось-89, 1997. – 157 с.

199. Питерс Т. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний): пер. с англ. / Т. Питерс, Р. Уотермен; общ. ред. и вступ. ст., с. 5-27, Л. И. Евенко. – Москва: Прогресс, 1986. – 418 с.

200. Платформа поддержки инфраструктурных проектов. РОСИНФРА. [Электронный ресурс]. URL: www.pppi (дата обращения 15.04.2019).

201. Плешакова М.В., Кудряшова И.В. Эволюция взглядов на роль и содержание предпринимательства и предпринимательской среды в социально-экономических системах // Экономика: теория и практика. – 2021. – № 2 (62). – С. 61-68.

202. Пономарев О. Б. Организационный аспект вертикальной интеграции в агропромышленном комплексе региона (на примере Калининградской области): специальность 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика; логистика; экономика труда; экономика народонаселения и демография; экономика природопользования; экономика предпринимательства; маркетинг; менеджмент; ценообразование; экономическая безопасность; стандартизация и управление качеством продукции; землеустройство; рекреация и

туризм)" : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Пономарев Олег Борисович. – Калининград, 2001. – 195 с.

203. Пономарев О.Б., Светуньков С.Г. Экономика и предпринимательство: учебник для академического бакалавриата. – СПб.: «Издательство «Левша. Санкт-Петербург», 2015. – 632 с.

204. Пономарев Ю.В. Некоторые аспекты исследования сущности предпринимательства в теории управления / Научные достижения и открытия. Сборник статей IV Международного научно-практического конкурса. Под общей редакцией Г.Ю. Гуляева. – Москва: Издательство: МЦНС «Наука и Просвещение», 2018. – С. 99-102.

205. Портер М., Крамер С. Капитализм для всех. // Harvard Business Review – Россия (март) – 2011. – С. 34-52.

206. Поспелова Е. Мигранты спасут Россию. РБКdaily. 7 августа 2008 [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: www.hse.ru/news/1165619/5242525.html (дата обращения 16.04.2019).

207. Правительство России [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: government.ru (дата обращения 16.05.2019)

208. Предпринимательство: Учебник / под ред. М.Г. Лапусты. – Москва: ИНФРА-М, 2008. – 608 с.

209. Преснякова В.В. Формирование законодательного определения «социального предпринимательства» в правовых актах Российской Федерации // International Journal of Humanities and Natural Sciences. – Vol. 4-3. – P. 180-183.

210. Профессиональные кадры для бизнеса: практика компаний в области образования, обучения. Сборник корпоративных практик. / РСПП, Москва, 2013 г. – 24 стр.

211. Путихин Ю.Е., Боровицкая М.В., Попова С.С. Роль и значение малого и среднего предпринимательства в современных условиях развития экономики // Экономические науки. – 2020. – №10 (191). – С. 256-262.

212. Путь в XXI век: Стратегические проблемы и перспективы российской экономики: [Монография] / Д.С. Львов, В.Г. Гребенников, В.Е. Маневич и др.;

Подгот. под руководством Д.С. Львова. – М.: Экономика, 1999. – 792 с.

213. Радыгина С.В. Развитие молодежного предпринимательства как потенциал финансово-экономической безопасности Российской Федерации / В сборнике: Финансово-экономическая безопасность Российской Федерации и ее регионов. Сборник материалов VI Международной научно-практической конференции. 2021. – С. 302-305.

214. Развитие социального предпринимательства в современной России: коллективная моногр. / под ред. д.т.н., проф. Е. М. Белого. – Ульяновск: УлГУ, 2019. – 179 с.

215. Рисин, И. Е. Новые инструменты государственного управления развитием экономики региона / И. Е. Рисин, Е. В. Барина. – Воронеж: Волми, 2020. – 68 с.

216. Родионов Д.Г. Регулирование развития сферы услуг в крупнейших городах в условиях трансформирования российской экономики (на примере городов Москвы и Санкт-Петербурга) : специальность 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика; логистика; экономика труда; экономика народонаселения и демография; экономика природопользования; экономика предпринимательства; маркетинг; менеджмент; ценообразование; экономическая безопасность; стандартизация и управление качеством продукции; землеустройство; рекреация и туризм)" : диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Родионов Дмитрий Григорьевич. – Москва, 2004. – 353 с.

217. Роздольская И. В. Содержательное пространство софтизации менеджмента в системе стратегического управления организацией / И. В. Роздольская, И. Н. Исманов, Т. Л. Скрипченко // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 5(78). – С. 134-145.

218. Российская венчурная компания [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.rvc.ru> (дата обращения 05.03.2019).

219. Российский бизнес и права человека. Сборник корпоративных практик / Е. Н. Феоктистова, Г. А. Копылова, М. Н. Озерянская, Д. Р. Пуртова. – РСПП, Москва, 2021 г. – 180 стр.

220. Российский бизнес и Цели устойчивого развития. Сборник корпоративных практик. / Е. Н. Феоктистова, Г. А. Копылова, М. Н. Озерянская, М. В. Москвина, Н. И. Хофманн, Д. Р. Пуртова – РСПП, Москва, 2018 г. – 200 стр.

221. Российский союз промышленников и предпринимателей [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL <http://rspp.ru> (дата обращения 14.05.2021).

222. Российский статистический ежегодник. 2018: Стат. сб. / Росстат. – Москва, 2018. – 694 с.

223. Российский статистический ежегодник. 2021: Стат. сб. / Росстат. – М., 2021 – 692 с.

224. Рощина И.В., Мальцев Д.Б. Уровни социально ориентированной экономики и процесс становления различных форм «новой экономики» // Вестник Томского государственного университета. – 2009. – №324. – С. 309-312.

225. Рубцова М.В., Павенков В.Г. Теоретическое исследование управляемости: социологический подход. – Санкт-Петербург, Изд-во: Санкт-Петербургский гос. ун-т водных коммуникаций, 2009. – 371 с.

226. Савкин Е.А. Усиление системы социальной защиты населения России в условиях кризиса: автореферат дис. на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Савкин Евгений Анатольевич; [Место защиты: С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов]. - Санкт-Петербург, 2009. – 19 с.

227. Савруков А. Н. Методика оценки уровня развития государственно-частного партнерства в субъектах Российской Федерации / А. Н. Савруков, Н. Т. Савруков, Э. А. Козловская // Финансы и кредит. – 2018. – Т. 24. – № 6(774). – С. 1482-1491.

228. Саенко И.И., Михеева В.А. Роль системы отбора персонала в формировании человеческого капитала современной организации // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2017. – № 127. – С. 330-339.

229. Сакс Дж., Ларрен Ф. Макроэкономика. Глобальный подход. / Пер. с англ. – Москва: Дело, 1996. – 874 с.
230. Самуэльсон П., Нордхаус В. Экономика. / Пер. с англ. – Москва: Бином – КноРус, 1999. – 800 с.
231. Санто Б. Инновация как средство экономического развития / Б. Санто; Пер. с венг. с изм. и доп. авт.; Общ. ред. и вступ. ст. Б. В. Сазонова. – М. : Прогресс, 1990. – 295 с.
232. Секретарев Д. А. «Новая экономика» в условиях технологических изменений, неравенства и краха либерального порядка / Д. А. Секретарев // Развитие современной науки: теоретические и прикладные аспекты : Сборник статей студентов, магистрантов, аспирантов, молодых ученых и преподавателей / Под общей редакцией Т.М. Сигитов. – Пермь : ИП Сигитов Т.М., 2017. – С. 28-29.
233. Селезнев А.З. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России. – Москва: Юристъ, 1999. – с. 43.
234. Сергеева Т.Н., Лазич Ю.В. Оценка влияния малого бизнеса на развитие регионов / BENEFICIUM. – 2020. – 1 (34). – С. 13-20.
235. Смирнов Н.А., Суслов С.А., Игошин А.Н. Экономика отрасли: учебно-методическое пособие / Н.А. Смирнов, С.А. Суслов, А.Н. Игошин – Княгинино: НГИЭУ, 2016. – 103 с.
236. Смит А. Теория нравственных чувств: [Перевод] / Адам Смит; [Вступ. ст. Б.В. Мееровского, с. 5-28; Подгот. текста, коммент. А.Ф. Грязнова]. – М.: Республика, 1997. – 350 с.
237. Современное управление: Энциклопедический справочник. 2 тома / под ред. Д.Н. Карпухина, Б.З. Мильнера. – М.: Издатцентр, 1997. – Т. 1. – 584 с.; Т. 2. – 576 с.
238. Современные управленческие технологии в деятельности бизнес-структур и органов государственной власти. / Авдеева И.Л., Ананченкова П.И., Аношина Ю.Ф., Брагина З.В., Бушуева М.А., Голикова Г.В., Голикова Н.В., Головина Т.А., Горбова И.Н., Гужин А.А., Гужина Г.Н., Еремина И.А., Ершов А.Ю., Ершова И.Г., Иванов Н.И., Игнатова Т.В., Каракулин А.Ю., Кирьянов А.Е.,

Крестов В.С., Кружкова И.И., Трещевский Ю.И. и др. – Орел, 2022.

239. Соловьева О.А. Предпринимательство как объект государственного регулирования // Вестник Челябинского государственного университета: серия Управление. – 2012. – №3(257). – С. 19-22.

240. Соловьева О.А. Особенности государственного регулирования предпринимательства // Российское предпринимательство. – 2011. – №11(2). – С. 24-28.

241. Софина Т. Н. Информация в институциональной структуре общества знаний / Т. Н. Софина // Державинские чтения : Сборник статей XIV Международной научно-практической конференции, Казань, 12–14 сентября 2018 года / Отв. редактор О.И. Александрова. – Казань: Всероссийский государственный университет юстиции (РПА Минюста России), 2019. – С. 479-484.

242. Социальная политика государства и бизнеса: учебник для бакалавриата и магистратуры / под ред. О. А. Канаевой. – М. : Издательство Юрайт, 2016. – 343 с.

243. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / отв. ред. А.А. Московская; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. – 284 с.

244. Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше / Джилл Кикал Томас Лайонс; пер. с англ. – Москва: Альпина Паблишер, 2014. – 304 с.

245. Спартак А.Н., Кнобель А.Ю., Флегонтова Т.А, Исмагилова О.Д., Коваль А.А., Левашенко А.Д., Пыжиков Н.С., Снег М.Л., Хохлов А.В., Якубовский И.В. Перспективы наращивания российского несырьевого экспорта. Российский экспортный центр.: Всероссийская академия внешней торговли. – Москва, 2018. – С. 132.

246. Спешилова Н. В. Экономическая среда предпринимательства и предпринимательские риски: Рекомендовано ученым советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего

образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 Экономика / Н. В. Спешилова, А. Ш. Акулова; Оренбургский государственный университет. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2019. – 125 с.

247. Спиридонова Ю.Н. Сравнительно-исторический анализ становления предпринимательства в России // *Juvenisscientia*. – 2018. – №1. – С. 30-32.

248. Стаханов В.Н., Стаханов Д.В. Маркетинг сферы услуг: Учебное пособие. – М.: Экспертное бюро, 2001. – 160 с.

249. Стаханов Д. В. Концептуальные основы маркетинга услуг / Д. В. Стаханов // *Экономический рост: факторы и механизмы устойчивого развития: монография*. – Пенза: «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2017. – С. 151-160.

250. Стрелец, И. А. Сетевая экономика и сетевые рынки / И. А. Стрелец. – Москва : Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации, 2018. – 249 с. – ISBN 978-5-9228-1785-1. – EDN BWCZBA.

251. Супян В.Б. Экономика США: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. и специальности «Регионоведение» / [В.Б. Супян, А.В. Корнеев, В.И. Соколов и др.]; Под ред. В.Б. Супяна. – М. [и др.]: Питер, 2003. – 650 с.

252. Тинякова В. И. Экономика и управление в сфере услуг: современные инструменты и тенденции / В. И. Тинякова, Е. М. Малкова, М. А. Зироян. – Краснодар : Краснодарский кооперативный институт (филиал) автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования Центросоюза Российской Федерации "Российский университет кооперации", 2019. – 264 с.

253. Титов Б. Сектор малого и среднего предпринимательства: Россия и мир. / Институт экономики роста им. Столыпина П.А., июль, 2018, с. 1-16 [Электронный ресурс] URL: <http://stolypin.institute/novosti/sector-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-rossiya-i-mir/> (дата обращения 21.04.2020).

254. Тойшева О.А. и др. Научные исследования: образовательно-инновационные, экономические, педагогические и юридические технологии и практика. Монография / Воронеж; Москва, 2021. Том Книга 71. – 188 с.

255. Тонышева Л.Л., Трофимова Ю.В. Проектно-целевой подход при обосновании развития социально ориентированной экономики региона // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2011. – №1. – С. 53-56.

256. Трещевский Ю.И., Рисин И.Е., Бочаров В.П., Сысоева Е.Ф., Колесникова О.А., Мишон Е.В., Сотников С.М. Государственное регулирование экономики / Рекомендовано Экспертным советом УМО в системе ВО и СПО в качестве учебного пособия для направления бакалавриата «Менеджмент» и «Государственное и муниципальное управление» / Воронеж, 2021. Сер. Бакалавриат (2-е издание, переработанное и дополненное).

257. Тропникова Н.Л. КСО крупного бизнеса как современный ресурс социально-экономического развития Арктических регионов / В сборнике: Фундаментальные и прикладные науки сегодня, 2020. – С. 91-93.

258. Трошихин В.В., Матузенко Е.В., Нестерова Л.И. Кооперативное предпринимательство как институт социального развития: монография. – М.: РИОР; ИНФРА-М, 2017. – 512 с.

259. Тузов К., Павлюшина В., Сабедьников И. Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики. Рынок платных услуг в России. – Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. Выпуск №49. Май 2019. – 22 с.

260. Тульчинский Г.Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности: учеб. пособие. – СПб.: Изд-во НИУ ВШЭ, 2012. – 236 с.

261. Тульчинский Г.Л. Публичный дискурс коронавирусной пандемии: запрос на ответственность // Публичная политика. – 2020. – Т. 4. № 2. – С. 9-38.

262. Тульчинский Г.Л. Цифровизация: возможности и социально-гуманитарные издержки // Ведомости прикладной этики. – 2021. – № 57. – С. 34-

47.

263. Туманян И.В. Рынок инновационных услуг как элемент рыночной инфраструктуры // Сборник научных трудов. Серия «Экономика». – 2002. – Вып. 6. – С. 109.

264. Туркин С.В. Зачем бизнесу социальная ответственность? // Управление компанией. – 2004. – №7. – С. 50.

265. Уколов В.Ф., Ивахненко М.В. Итоги всероссийской научно-практической конференции студентов и молодых ученых «Инновационные технологии в экономике и управлении» // Вестник МИРБИС. – 2021. – № 4 (28). – С. 162-164.

266. Управление и организация в сфере услуг. Теория и практика / Кенгиз Хаксевер, Барри Рендер, Роберта С. Рассел, Роберт Г. Мердик; [Пер. с англ. Н. Левкина, О. Сергеева]. – 2. межд. изд. – СПб. [и др.]: Питер, 2002. – 751 с.

267. Управление организацией: Учебник для вузов / Г.Л. Азоев, В.П. Баранчеев, В.Н. Гунин и др.; Под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 715 с.

268. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL:<http://www.gks.ru/> (дата обращения 22.03.2020)/

269. Федченко А.А., Дашкова Е.С., Дорохова Н.В. Траектория развития социального партнерства // Мировая экономика и международные отношения. – 2021. – Т. 65. № 2. – С. 117-124.

270. Фихтнер О. А. Формирование и развитие сетевого взаимодействия предпринимательских структур в новой российской экономике : специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика; логистика; экономика труда; экономика народонаселения и демография; экономика природопользования; экономика предпринимательства; маркетинг; менеджмент; ценообразование; экономическая безопасность; стандартизация и управление качеством продукции; землеустройство; рекреация и туризм)»:

диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / О. А. Фихтнер. – Великий Новгород., 2013. – 380 с.

271. Фонд региональных социальных программ «Наше будущее». [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL:<http://konkurs.nb-fund.ru/about-fund/> (дата обращения: 08.06.2020).

272. Фомина Т.Б. Сущность и содержание понятия «предприниматель» в экономической теории / Перспективы развития предпринимательства в России: сборник научных трудов преподавателей, аспирантов и студентов кафедры экономики и предпринимательства Института экономики, управления и права МГОУ / отв. ред. Л.И. Чистоходова. – Текстовое (символьное) электронное издание (3,97 Мб). – М.: ИИУ МГОУ, 2017. – 171 с.

273. Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р. Управление и организация в сфере услуг. / 2-е изд. – СПб.: Питер, 2002. – 752 с.

274. Хаммер М. Бизнес в XXI веке: повестка дня (пер. с англ.) – М.: Изд-во «Добрая книга», 2005. – 296 с.

275. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. Пер. с англ. – СПб.: Издательство С.-Петербургского университета, 1997. – 332 с.

276. Хациева Л.У. Социальное предпринимательство как вид социально-экономического института / В сборнике: Перспективы развития топливно-энергетического комплекса и современное состояние нефтегазового инженерного образования в России. Материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 105-летию Михаила Дмитриевича Миллионщикова. Грозненский государственный нефтяной технический университет имени академика М.Д. Миллионщикова. 2018. – С. 250-255.

277. Хизрич Р. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха: перевод с английского / Роберт Хизрич, Майкл Питерс; общ. ред. В.С. Загашвили. – Москва: Прогресс-Универс, 1991 – Вып. 1: Предприниматель и предпринимательство. – 1991. – 160 с.

278. Ходорова Ю. Лидеры корпоративной благотворительности //

Электронный журнал о благотворительности «Филантроп» от 01.12.2016 [Электронный ресурс]. – URL: <http://philanthropy.ru/analysis/2016/12/01/43927/> (дата обращения: 16.08.2017).

279. Ценностные основы социальной деятельности российского предпринимательства. Аналитический обзор по результатам исследования. [Электронный ресурс] // Москва, Группа компаний «Новард». Режим доступа: URL: <http://csrjournal.com/wp-content/uploads/2015/04>.

280. Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.cbr.ru/statistics/> (дата обращения 23.04.2020).

281. Чепуренко А. Теория предпринимательства: новые вызовы и перспективы // Форсайт. – 2015. – Т.2. – №2. – С. 44-57.

282. Чиканова Е.С. Бедность как социальное препятствие экономического развития / Экономика и предпринимательство: актуальные вопросы, тенденции и перспективы развития: сборник научных статей. – Пенза: Издательский дом «Глобус». – 2019. – С. 69-72.

283. Шашло Н.В., Ворожбит О.Ю., Люй Г. Эволюционная трансформация понятийно-категориального аппарата теорий предпринимательства в условиях конкуренции // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2018. – Т. 7. № 1 (22). – С. 261-265.

284. Шендрикова О.О. Экономика предпринимательства [Электронный ресурс]: учебное пособие / Шендрикова О.О., Каблашова И.В. – Электрон. текстовые данные. – Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2019. – 101 с. – Режим доступа: URL: <http://www.iprbookshop.ru/93346.html>. – ЭБС «IPRbooks» (дата обращения 20.08.2021).

285. Шимшилов С.А. Социальное развитие: структура, сущность, содержание // Вестник Омского университета. – Серия: Экономика. – 2004. № 1. – С. 99-106.

286. Шпалтаков В.П. Государственное регулирование экономики: Учебное пособие / В.П. Шпалтаков; Омский гос. ун-т путей сообщения. Омск, 2015. – 113

с.

287. Шраер А.В. Бизнес-модели оказания сервисных услуг в топливно-энергетическом комплексе // *European Social Science Journal*. – 2011. – № 8. – с. 463-470.

288. Штрайт М.Е. Есть ли еще шанс у рыночной экономики? // *Социальное рыночное хозяйство: Теория и этика экономического порядка в России и Германии* / Пер. В.С. Автономов, Пер. В.А. Погосян. – СПб: Экон. шк., 1999. – С. 368.

289. Шубат О.М. Корпоративная социальная ответственность в сфере поддержки рождаемости: возможности статистического исследования / В книге: II Всероссийский демографический форум с международным участием. Материалы форума. Москва, 2020. – С. 310-312.

290. Шубина В. И. Методика преодоления рисков оппортунистического поведения сторон при реализации проектов государственно-частного партнерства / В. И. Шубина, В. Ф. Исламутдинов // *Управление экономическими системами: электронный научный журнал*. – 2019. – № 3(121). – С. 33.

291. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / предисл. В.С. Автономова. – М.: ЭКСМО, 2007. – С. 864.

292. Экономика предпринимательства: проблемы теории и практики: монография / [Гражданкин В. А. и др.]; под ред. Б. В. Лашова; Ленинградский гос. ун-т им. А. С. Пушкина. – Санкт-Петербург: Ленинградский гос. ун-т им. А.С. Пушкина, 2011. – 179 с.

293. Эрхард Л. Благосостояние для всех: [Пер. с нем.] / Людвиг Эрхард; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации. – Москва: Дело, 2001. – 332 с.

294. Юрьева Т.В. Социальная экономика: Учеб. для студ. вузов, обучающихся по экон. спец. – М.: Дрофа, 2001. – С. 119

295. Ющенко А.Л. Состояние предпринимательства на современном этапе развития российской экономики // *Экономический вектор*. – 2017. – № 1 (8). – С. 64-67.

296. Якимец В.Н. Механизмы и институты гражданского участия – основа

общественно-государственного управления / В сборнике: Государственное управление Российской Федерации: повестка дня власти и общества. Материалы XVI Международной конференции. 2019. – С. 805-815.

297. Яковец Ю.В. Циклы. Кризисы. Прогнозы / Ю. В. Яковец. – М.: Наука, 1999. – 447 с.

298. Яковлева-Чернышева А.Ю. Формирование методологических подходов к управлению социально-экономической системой предпринимательства // Транспортное дело России. – 2012. – №2. – С. 19-21.

299. Яремчук И.Л. Теория предпринимательства и основные аспекты ее развития // Балтийский гуманитарный журнал. – 2012. – №1. – С. 110-112.

300. 2021 Year in Review in 11 Charts: The Inequality Pandemic [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL:www.worldbank.org. (дата обращения 23.04.2020).

301. Alter S.K. Social Enterprise Typology // Virtue Ventures LLC. – 2007. – Nov. 27 (revised vers.). – p.13.

302. Alvord S.H., Brown L.D., Letts C.W. Social Entrepreneurship and societal transformation // Journal of Applied Behavioral Science. – 2004. – 40(3). – P. 260-282.

303. Ashoka Fellows / Ashoka Innovators for the Public. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL:<https://www.ashoka.org/> (дата обращения: 11.03.2019).

304. Bakan Joel. Korporacija, patološka težnja profitom i moći. – Miracul d.o.o., Zagreb, 2005. – s. 172-173.

305. Boschee J. Merging mission and money: A board member's guide to social entrepreneurship. 1998. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.socialent.org/pdfs/Mergingmission.pdf> (дата обращения: 11.09.2019).

306. Bowen, Howard R. Social Responsibilities of the Businessman / H.R. Bowen. – New York; Harper; Rom, 1953.

307. Carroll, A.B. The business case for corporate social responsibility: a review of concepts, research and practice / A. Carroll, K. Shabana // International Journal of Management Reviews. – 2010. – Vol. 12. – №1. – P. 85-105.

308. Dees J.G. The meaning of «social entrepreneurship». – Palo Alto, CA: Graduate School of Business, Stanford University, 1998. [Электронный ресурс].

Режим доступа: URL: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf (дата обращения: 11.09.2019).

309. DiMaggio P.J. Interest and Agency in Institutional Theory / Institutional Patterns and Organizations: Culture and Environment / ed. by L.G.Zucker. – Ballinger: Cambridge, MA, 1988. – P. 3-22.

310. Drucker P. F. The new meaning of corporate social responsibility / P.F. Drucker // California Management Review. – 1984. – Vol. 26. – №2. – P. 53-63.

311. Friedman, M. The social responsibility of business is to increase its profits / M. Friedman // New York Times Magazine. – 1970. – Sept. 13

312. Güclü A., Dees J.G., Anderson B.B. The process of social entrepreneurship: Greating opportunities worthy of serious pursuit. – Durham, NC: Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University, 2002.

313. Gustavo T.C. An assessment of the integration between corporate social responsibility practices and management systems aiming at sustainability in enterprises / T.C. Gustavo, R. Anholon // Journal of Cleaner Production. – 2018. – №182. – С. 746-754.

314. Haller S. Dienstleistungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Instrumente. – Wiesbaden, 2004. – S.9.

315. Hockerts K. Entrepreneurial opportunity in social purpose business ventures / J. Mair, J. Robinson, K. Hockerts (Eds.) Social Entrepreneurship (p. 142-154). New York: Palgrave Macmillan, 2006.

316. Kingwell M. Gentrification and Urban Justice // International Journal of Urban and Regional Research. – 2019. – 44. DOI: 10.1111/1468-2427.12771

317. Klein B. Dynamic Economics. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1977.

318. Mensch G. Stalemate in Technology: Innovations Overcome the Depression. – Cambr. (Mass.) Ballinger Publishing Company, 1979. – 241 p.

319. Morozov M. M. Managing the sustainable development of the service sector in a modern conditions / M. M. Morozov // Services in Russia and Abroad. – 2021. – Vol. 15. – No 2(94). – P. 75-82. – DOI 10.24412/1995-042X-2021-2-75-82.

320. Mort G.S., Weerawardena J., Carnegie K. Social Entrepreneurship: Towards conceptualization // International Journal of Non-profit and Voluntary Sector Marketing. – 2003. – 8(1). – P. 76-88.

321. Paredes-Gazquez J. Measuring corporate social responsibility using composite indices: Mission impossible? The case of the electricity utility industry industry / J. Paredes-Gazquez, J. Miguel-Fernandez, M. de la Cuesta-Gonzalez // Elsevier. – 2016. – №1. – C. 142-153.

322. Robinson J. Navigating social and institutional barriers to markets: How social entrepreneurs identify and evaluate opportunities / J. Mair, J. Robinson, K. Hockerts (Eds.) Social Entrepreneurship (p. 95-120). New York: Palgrave Macmillan, 2006.

323. Roy B. The outranking approach and the foundation of ELECTRE methods // Theory and decision. – 1991. – Vol. 31. – P. 49-73.

324. Sarasvathy S.D. Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise. – Cheltenham, UK: Edward Elgar Publ., 2008.

325. Sarasvathy S.D. What Makes Entrepreneurs Entrepreneurial? – University of Washington School of Business WP. 2001. June.

326. Schüller A. Wohlfahrtsstaatliche Marktwirtschaft // Grundbegriffe zur Ordnungstheorie und politischen. – Ökonomik. Marburg, 2002. — №7. – S.169-173.

327. Tadesse G. E. Measuring Corporate Sustainability Performance- The Case of European Food and Beverage Companies // Journal of Cleaner Production. – 2018. – №110. – C. 314-321.

328. The Concise Oxford Dictionary of Current English. – Oxford: Oxford University Press, 1987. – 1264 p.

329. Timmons J., Spinelli S. New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century. – New York: McGraw-Hill/Irwin, 2007.

330. Unemployment edges down – but at a slower pace [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL:www.oecd.org. (дата обращения 23.04.2020).

331. Vincke Ph. Outranking approach / In: T. Gal, T. Stewart, T. Hanne (Eds.) Multicriteria Decision Making: Advances in MCDM models, algorithms, theory and

applications, Kluwer. – Boston: Academic Publishers, 1999.

332. Wei-Skillern J., Austin J.E., Leonard H., Stevenson H. Entrepreneurship in the social sector. – Thousand Oaks, CA: Sage, 2007.

Приложение А

Таблица А.1 – Эволюция теоретических концепций «социального рыночного хозяйства»

Научные школы, представители	Сущность концептуальных подходов	Основополагающие принципы и понятия
<p>Теория экономического либерализма английских классиков (Адам Смит и Давид Рикардо)</p>	<p>Классическая идея о том, что свободный рынок рассматривается как равновесная и относительно гармоничная система, которая координирует поведение множества рациональных индивидов, заинтересованных только в максимизации своей личной выгоды, таким образом, что в итоге достигается эффективность и оптимальный социальный результат, ведущий к наибольшему благосостоянию всего общества.</p>	<p>Основной принцип теории – обеспечение наибольшей свободы хозяйствующих субъектов и строгое ограничение степени государственного вмешательства в экономику Теоретические убеждения сторонников либерализма могут быть выражены в ряде следующих положений:</p> <ul style="list-style-type: none"> – наиболее эффективной системой хозяйствования считается рыночная система – она создает наилучшие условия для экономического роста и развития; – рыночная система обладает способностью саморегулирования, обеспечивая тем самым наличие «естественного порядка»; – естественный порядок формирует и поддерживает оптимальное сочетание личных и общественных интересов; – государство обязано лишь обеспечивать условия для конкуренции.
<p>Марксизм – социологическая концепция экономического развития (Карл Маркс и Фридрих Энгельс)</p>	<p>Оригинальная идея о бесклассовом обществе социальной справедливости основана на преодолении принципа методологического индивидуализма. Карл Маркс утверждал, что человечество начало с коммунизма и к коммунизму придет. Община представляет собой группу однородных производителей, связанных друг с другом не отношениями конкуренции за экономические ресурсы, а отношениями взаимопомощи. Это значит, что каждый член общины безвозмездно отдает имеющийся у него излишек (относительный или абсолютный) другому ее члену, который в нем нуждается, рассчитывая, что в следующий раз, когда ему не повезет, с ним тоже поделятся. Это формирует систему</p>	<p>Маркс видел особую роль человеческого знания и в преобразовании общественных отношений производства. «Превращение процесса производства из простого процесса труда в научный процесс, ставящий себе на службу силы природы и заставляющий их действовать на службе у человеческих потребностей».</p>

	взаимного страхования, и в этом смысле общество совершенно рационально.	
<p>Кейнсианство – теория государственного регулирования экономики (Джон Мейnard Кейнс)</p>	<p>В результате эволюции сложного индустриального общества государственное воздействие становится основным детерминирующим условием существования современной экономики, на макроуровне проявляются новые законы экономического поведения, усредняются или суммируются индивидуальные действия отдельных экономических агентов для достижения общественной выгоды.</p>	<p>В качестве определяющего направления государственного регулирования экономики выступает стимулирование спроса.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основной фактор развития экономики по Кейнсу – наличие «эффективного спроса», состоящего из личного потребления и производственного потребления (инвестирования). 2. Личное потребление зависит прежде всего от уровня занятости, а потому безработица оказывается главным препятствием формирования эффективного спроса. 3. Уровень занятости зависит от инвестиций. Основной психологический закон: потребление растёт медленнее, чем доход, так как с ростом дохода повышается предельная склонность к сбережению. 4. Чтобы нейтрализовать негативное влияние основного психологического закона на уровень производства и занятости, государство должно стимулировать инвестиции. 5. Прирост же инвестиций зависит от ожидаемых прибылей и ставки банковского процента. 6. Рассчитывая на стимулирующую роль государственных расходов, Увеличение госрасходов вызовет именно рост экономической активности, а не превратится просто в рост цен. 7. Немалое значение для поощрения инвестиций имеет и снижение налогов. Отсюда выводится набор инструментов регулирования инвестиционного спроса – мягкая бюджетно-налоговая и денежно-кредитная политика.
<p>Ордолиберализм (Фрайбургская школа: Вальтер Ойкен и Франц Бёме)</p>	<p>Ордолибералы исходили из убеждения, что только хозяйственный (или экономический) порядок, основанный на свободе и ответственности каждого индивидуума, может эффективно обеспечить общество ограниченными благами и неуклонно повышать всеобщее благосостояние. В качестве одной из основных задач современного либерального государства рассматривалась защита конкуренции. Каждая конкретная система базируется на сочетании</p>	<p>Основные «конституирующие» принципы строя конкуренции:</p> <ul style="list-style-type: none"> – неприкосновенность частной собственности; – стабильность денежного обращения и национальной валюты; – открытые рынки; – свобода всех сделок и договоров, кроме тех, цель которых состоит в ограничении конкуренции; – несение каждым индивидом ответственности за принятые им экономические решения (т. е. недопущение фиктивных компаний); – постоянство экономической политики, вмешательство государства не

	<p>потребностей людей, природных условий, рабочей силы, товарных запасов, технических знаний, правового и социального порядка (порядку придано особое значение). Порядок не устанавливается сам, в его формировании принимает участие государство. В результате он становится естественным, так как ведет к развитию полной конкуренции и экономики в целом, что соответствует самой природе человека и основным принципам экономической свободы.</p>	<p>просто допускается, но и приветствуется, так как основной его функцией видится нейтрализация колебаний экономической конъюнктуры, ограничение власти монополий.</p>
<p>Неолиберализм «социальной рыночной экономики» (Альфред Мюллер-Армак и Людвиг Эрхард)</p>	<p>Социальное рыночное хозяйство представляет собой социально-экономический порядок, при котором «целенаправленно организованная экономика свободного рынка, сохраняемая посредством регулирующей систему конкуренции, дает более надежную гарантию социального прогресса – особенно потому, что социальный прогресс на базе свободной системы, посредством сознательной выработки мер, соответствующих принципам свободного рынка, и перераспределения доходов через государственный бюджет, когда развитие конкуренции формирует экономическую базу для социальных мер, может быть организован более эффективно».</p> <p>Л. Эрхард определяет позицию социального рыночного хозяйства следующим образом. В основе социального рыночного хозяйства лежат свобода и ответственность индивидуума. Рыночное хозяйство в силу конкуренции, основанной на борьбе за объективные результаты деятельности, исключает любую попытку государства злоупотребить хозяйственной силой как инструментом политической власти. Задачей государственной политики порядка является единственно соединение свободы, порядка, индивидуализма и коллективизма в гармоничное единство с целью достижения «благополучия для</p>	<p>Только социальная рыночная экономика, в основе которой лежит принцип социальной справедливости, в состоянии гарантировать осуществление наилучших возможностей для всестороннего экономического роста.</p> <p>Среди условий создания социальной рыночной экономики особо выделены:</p> <ul style="list-style-type: none"> – создание центральных административно-правовых органов, которые под собственную ответственность будут осуществлять экономическую и финансовую политику; – проведение налоговой реформы посредством снижения налогового бремени до уровня, стимулирующего личную экономическую заинтересованность в расширении производства; – проведение реформы финансовой системы путем радикального снижения затрат и обеспечения бюджетного равновесия в целях предотвращения задолженностей; – проведение антимонопольной политики для преодоления возможных злоупотреблений властью в экономике; – замену разрушающейся тотально регулируемой экономики социальной рыночной экономикой.

	<p>всех». Цель – обеспечить каждому индивидууму необходимый минимум и создать условия, чтобы любой из них при желании был в состоянии обеспечить себе желанный максимум. Нет ничего важнее, чем возможность раскрепостить человека, дать простор его энергии, инициативе, обеспечить ему достойное существование, удовлетворить материальные и духовные потребности.</p> <p>В условиях роста благосостояния оправдано и с социальной точки зрения возложение на каждого отдельного человека ответственности за самого себя, свою семью. Наконец, чем богаче общество, тем меньше людей нуждается в социальных благах, предоставляемых государством.</p>	
<p>Шведская модель социализма (Гуннар Мюрдаль)</p>	<p>Регулирование государством рыночных процессов способствует созданию эффективной экономики, основанной на всеобщем равенстве и равных экономических возможностях для всех. В основу регулируемой экономики была заложена сложная система прямых и косвенных налогов, взимаемых с населения.</p>	<p>Главным в шведской модели социализма считается создание системы социальной защиты населения, которая гарантировала бы равные возможности для повышения благосостояния как трудоспособного, так и нетрудоспособного населения. С этой целью модель предусматривала осуществление государством целого комплекса различных мер:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обеспечение высокого прожиточного минимума всем членам общества; – оказание материальной помощи малоимущим за счет изъятия привилегий у богатых; – создание условий для зарабатывания средств любыми способами, не противоречащими законам; – защита гражданских и политических прав и свобод; – защита от политического преследования и произвола администрации; – создание благоприятного социально-психологического климата как в обществе в целом, так и в отдельных его структурных образованиях; – обеспечение максимальной стабильности общественной жизни.
<p>Ноономика (Агеев А.И., Логинов Е.Л., Бодрунов С.Д., Иноземцев В.Л.)</p>	<p>Современное технологическое развитие настоятельно требует и одновременно создает материальную основу для развития культуры в соответствии с человеческим, разумным изменением технологического прогресса.</p> <p>Грядущая фаза технологической революции – это эпоха</p>	<p>Критерии разумности вытесняют критерии, основанные на денежной выгоде. Потребности в знании, в доверии, в общественном признании, в самореализации становятся преобладающими над потребностями в поглощении жизненных благ, и объем поглощаемых благ уже не выступает в качестве основной цели деятельности человека – постольку,</p>

	<p>управляемых систем с рациональностью научного обоснования целей и подчиненного ему выбора средств.</p>	<p>поскольку в разумных пределах эта потребность уже насыщена. Главными принципами являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – приоритетное развитие знаниеемкого, «умного» производства; – обусловленная этим интеграция производства, науки и образования в рамках единых воспроизводственных контуров, ведущих к формированию нового типа воспроизводства – ноовоспроизводства, обеспечивающего приоритетное формирование условий развития ноосферы; – постепенное снижение роли утилитарных и симулятивных потребностей и возвышение нового класса потребностей – потребностей «человека разумного», или ноопотребностей; – развитие новых, соответствующих этому ценностей и мотивов деятельности основных субъектов материального и духовного производства, которые теряют свойства экономических; – в переходный к этому период происходит трансформация экономических отношений и институтов в направлении их социализации и гуманизации, в частности, за счет активного развития нооориентированного программирования рыночной экономики, проведения активной индустриальной политики, нацеленной на приоритетное развитие «умного» производства, усиление государственно-частного партнерства, ориентированного на решение этих задач; – и последнее по счету, но не по значению: возвышение культуры как сферы, обеспечивающей решение ключевых задач нооразвития.
--	---	--

Составлено автором по [37; 62; 113; 164; 205].

Приложение Б

Таблица Б.1 – Субъекты малого (включая микро) и среднего предпринимательства в РФ (на 10.01 отчетного года)

Показатели	2017 год			2018 год			2019 год			2020 год		
	микро	малые	средние									
Количество субъектов малого и среднего предпринимательства, тыс. ед.	5576,9	268,5	20,3	5751,9	267,0	20,3	5771,6	250,8	18,8	5675,8	224,1	17,0
Среднесписочная численность работников, тыс. чел.	6463,9	7432,9	1958,8	7029,9	7099,0	1977,6	7522,7	6538,9	1811,9	7429,6	6189,2	1703,0
Общее количество продукции и услуг, ед.	0	0	0	2574	981	263	3595	957	271	4742	1094	245

Составлено автором по [101].

Таблица Б.2 – Распределение организаций (юридических лиц) по способу их образования по Российской Федерации в разрезе видов экономической деятельности ¹⁾)

Наименование	2016 год		2017 год		2018 год		2019 год	
	Создано предприятий в отчетном году, всего, единиц	Создано впервые, единиц	Создано предприятий в отчетном году, всего, единиц	Создано впервые, единиц	Создано предприятий в отчетном году, всего, единиц	Создано впервые, единиц	Создано предприятий в отчетном году, всего, единиц	Создано впервые, единиц
ВСЕГО по организациям (юридическим лицам)	4 486	3 908	2 909	2 731	1316	1187	1401	1275
из них с основным видом деятельности:								
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	227	165	123	105	61	50	76	54

Добыча полезных ископаемых	92	76	58	52	37	34	50	43
Обрабатывающие производства	580	500	341	317	129	115	134	126
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	388	320	141	129	124	121	108	101
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений			117	111	103	96	84	82
Строительство	263	237	242	234	96	90	111	101
Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	951	891	715	686	200	185	232	225
Транспортировка и хранение	- ²⁾	-	171	160	64	55	61	56
Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	77	52	91	83	29	21	20	20
Деятельность в области информации и связи	263	219	119	116	82	73	76	74
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	1202	1082	237	212	126	102	138	100
Деятельность профессиональная, научная и техническая	576	497	257	252	166	160	226	213
Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	- ²⁾	-	106	98	37	34	32	32
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование	5	4	4	3	0	0	0	0
Образование	191	160	33	30	7	3	13	11
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	68	52	73	69	22	21	16	15
Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и	- ²⁾	-	35	33	14	13	10	8

развлечений								
Предоставление прочих видов услуг	225	188	45	40	17	12	14	14

¹⁾ по организациям без субъектов малого предпринимательства, бюджетных организаций, банков, страховых и прочих финансово-кредитных организаций;

²⁾ отсутствуют данные по анализируемой области за 2016 год.

Составлено автором по [268].

Таблица Б.3 – Динамика показателей предпринимательской активности предприятий по видам экономической деятельности (единиц)

Наименование	2017 год			2018 год			2019 год			2020 год		
	Кол-во активных предприятий	Кол-во растущих предприятий	Кол-во угасающих предприятий									
ВСЕГО	3802007	792272	147988	3433533	804867	217953	3121865	1181210	63782	2821827	613841	83295
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	99831	44667	5314	83554	45281	7404	75737	51904	2371	68819	22884	2206
Добыча полезных ископаемых	15793	6364	935	15247	6425	1140	15409	7759	572	15233	5684	590
Обрабатывающие производства	313598	118223	17024	289501	121285	20468	272609	174401	7661	253396	95917	21100
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	17521	9533	1411	16379	9517	1294	15461	11662	719	14602	6780	1467
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	24323	8635	1480	22568	8672	1608	20739	12101	652	18770	7531	931
Строительство	474447	92779	21384	451466	91614	30319	420751	147754	9366	387420	90506	10680
Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	1460021	205929	39645	1250916	206095	80019	1081487	307801	17244	938664	154921	17089
Транспортировка и хранение	207362	40025	7077	195550	40160	10671	176733	57475	2905	160157	34044	6792

Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	102390	29106	6566	94630	29029	6184	90586	43933	1981	83557	22217	2164
Деятельность в области информации и связи	122229	26805	4528	113219	27503	6581	105519	43683	2194	97972	22157	1999
Деятельность финансовая и страховая	60593	14050	2530	51548	13181	4314	45735	22902	2079	39270	9325	1366
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	240579	60874	14363	226849	65803	13271	216563	89227	5723	206395	40634	5003
Деятельность профессиональная, научная и техническая	329609	56681	11096	307093	59043	16635	285852	91043	5461	263790	42609	4768
Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	173292	38870	9088	162328	38740	9931	151777	56321	2793	137177	29807	4028
Образование	12916	1674	335	12292	1573	656	12093	3637	142	11291	1246	151
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	52186	21896	2128	52662	24794	2718	53500	34237	938	53090	18019	1108
Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	34303	4064	796	31424	4035	1779	29654	8787	371	26655	3578	381
Предоставление прочих видов услуг	61014	12097	2288	56306	12117	2961	51660	16583	610	45458	5982	1472

Составлено автором по [268].

Приложение В

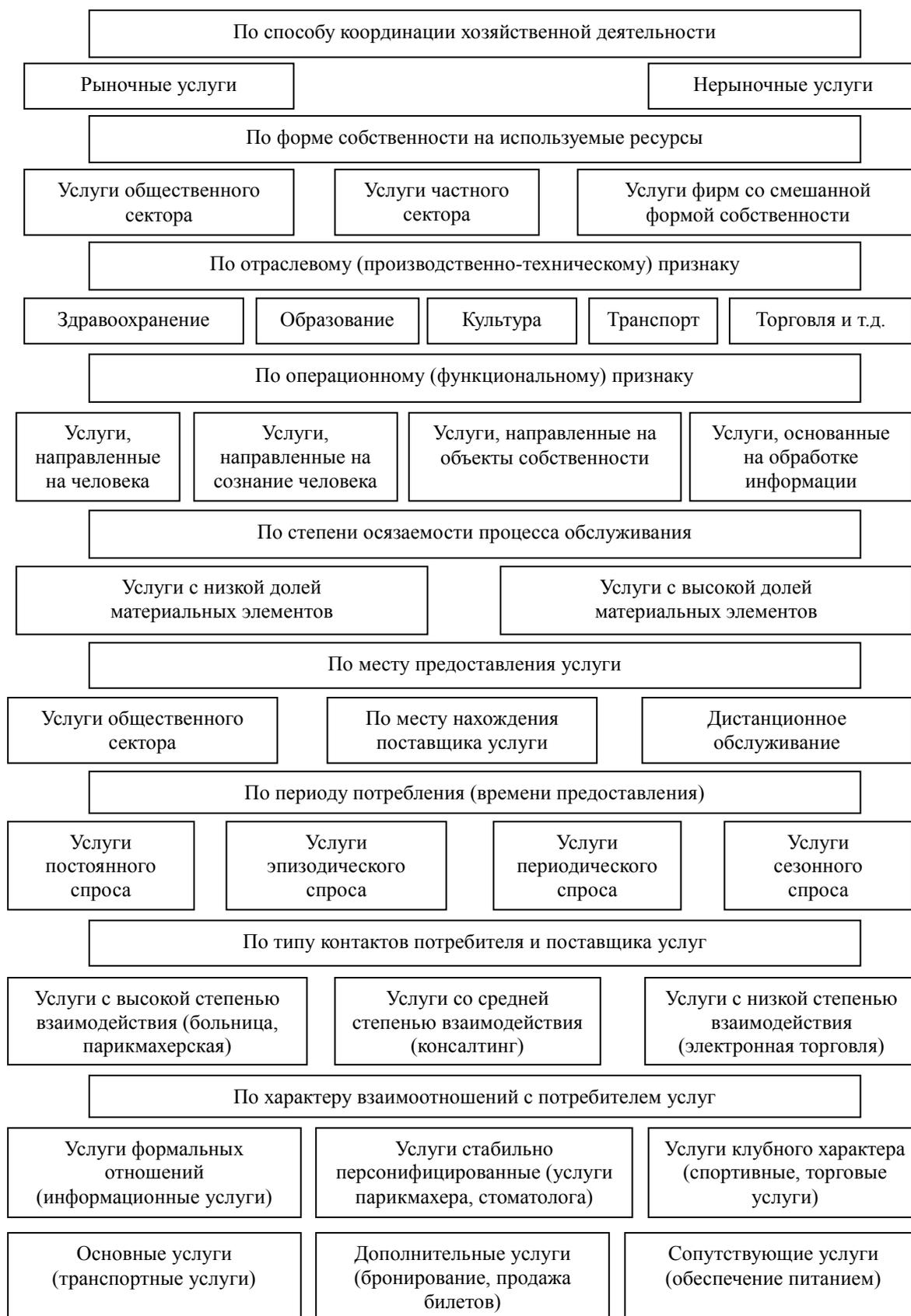


Рисунок В.1 – Наиболее значимые факторы классификации услуг [68; 69]

Приложение Г

Таблица Г.1 – Рейтинг регионов Российской Федерации по индексу развития инфраструктуры и качеству жизни в 2019 году

Наименование региона	Инфраструктура								Качество жизни	
	Индекс развития инфраструктуры	Место региона	в т.ч. Отраслевой индекс развития инфраструктуры региона					Расходы регионального бюджета на инфраструктуру в 2018 году, млрд. руб.	Рейтинговый балл	Место региона
			транспортная	энергетическая	социальная	коммунальная	телекоммуникационная			
Российская Федерация	5,59	-	3,21	5,02	5,42	6,91	6,45	1329,15	46,38	-
<i>Дальневосточный федеральный округ</i>	5,44	6	2,90	4,96	5,68	6,55	6,26	83,43	40,06	6
Амурская область	5,29	70	2,49	4,92	6,02	6,36	5,72	4,46	38,75	67
Еврейская автономная область	5,24	71	2,81	4,97	5,81	6,24	5,67	0,51	28,22	83
Забайкальский край	5,11	72	2,78	4,80	5,35	6,19	5,81	3,58	28,73	82
Камчатский край	5,78	27	3,44	5,16	5,66	7,20	6,68	7,98	49,65	30
Магаданская область	5,81	22	2,43	4,76	6,40	7,30	6,78	0,90	44,66	50
Приморский край	5,45	53	3,18	5,55	5,04	6,56	6,23	8,71	45,50	46
Республика Бурятия	4,84	79	2,85	4,74	4,97	6,05	5,02	6,41	31,62	77
Республика Саха (Якутия)	4,80	81	1,95	4,73	4,97	5,71	5,63	12,35	38,00	70
Сахалинская область	5,81	21	3,47	5,20	5,80	5,86	7,86	26,34	47,87	34
Хабаровский край	5,73	23	3,41	5,07	5,36	7,23	6,76	18,80	49,23	31
Чукотский автономный округ	6,02	11	3,06	4,70	7,17	7,34	6,67	3,38	38,48	68
<i>Приволжский федеральный округ</i>	5,63	4	2,93	5,04	5,67	6,99	6,56	159,18	48,60	4
Кировская область	5,30	69	2,66	4,80	5,32	6,36	6,47	4,34	40,26	60

Наименование региона	Инфраструктура							Качество жизни		
	Индекс развития инфраструктуры	Место региона	в т.ч. Отраслевой индекс развития инфраструктуры региона					Расходы регионального бюджета на инфраструктуру в 2018 году, млрд. руб.	Рейтинговый балл	Место региона
			транспортная	энергетическая	социальная	коммунальная	телекоммуникационная			
Нижегородская область	5,93	14	2,88	5,01	5,45	7,26	7,75	10,28	55,52	15
Оренбургская область	5,72	35	2,94	5,06	5,85	7,08	6,70	4,91	48,42	32
Пензенская область	5,70	36	3,11	4,71	6,15	7,02	6,59	4,67	47,00	37
Пермский край	5,63	41	3,09	5,49	5,15	6,89	6,70	15,38	44,71	49
Республика Башкортостан	5,78	26	3,10	5,30	6,11	7,09	6,48	20,20	50,41	25
Республика Марий Эл	5,38	64	2,67	4,67	5,66	6,78	6,13	1,70	40,10	61
Республика Мордовия	5,31	68	2,90	4,62	5,81	6,54	5,89	5,73	44,51	51
Республика Татарстан	6,04	9	3,20	5,48	5,79	7,53	7,22	52,31	66,81	4
Республика Удмуртия	5,39	61	2,81	4,85	5,57	6,63	6,24	4,77	46,33	39
Республика Чувашия	5,80	24	2,77	4,71	7,03	6,73	6,62	5,43	45,97	44
Самарская область	5,68	37	3,00	5,63	4,67	7,65	6,35	18,47	55,37	16
Саратовская область	5,42	58	2,84	5,35	5,31	6,67	6,12	7,64	45,15	48
Ульяновская область	5,72	34	3,01	4,80	5,50	7,57	6,63	3,35	49,81	29
Северо-Западный федеральный округ	5,78	3	3,56	5,04	5,31	6,99	7,07	124,79	46,85	3
Архангельская область	5,42	57	2,70	4,86	5,22	6,64	6,69	4,94	34,64	74
Вологодская область	5,42	56	2,94	5,26	5,09	6,15	6,85	6,14	40,69	59
Калининградская область	5,67	39	3,35	4,70	5,10	7,30	6,93	15,59	59,25	9
Ленинградская область	5,76	29	3,74	5,69	4,60	7,06	6,96	15,48	60,70	8
Мурманская область	6,12	7	3,24	5,31	4,83	8,27	7,54	2,68	47,12	36
Ненецкий автономный округ	5,83	19	4,87	5,15	5,44	6,71	6,72	3,87	38,86	66

Наименование региона	Инфраструктура								Качество жизни	
	Индекс развития инфраструктуры	Место региона	в т.ч. Отраслевой индекс развития инфраструктуры региона					Расходы регионального бюджета на инфраструктуру в 2018 году, млрд. руб.	Рейтинговый балл	Место региона
			транспортная	энергетическая	социальная	коммунальная	телекоммуникационная			
Новгородская область	5,56	46	2,78	4,67	6,19	6,40	6,75	1,84	38,91	65
Псковская область	5,37	65	2,87	4,68	5,20	6,73	6,45	3,87	42,49	55
Республика Карелия	5,67	38	2,76	5,01	5,57	6,45	7,45	5,42	37,13	73
Республика Коми	5,78	28	2,99	4,91	6,19	6,90	6,91	3,56	38,21	69
г. Санкт-Петербург	6,94	2	6,93	5,19	5,00	8,23	8,54	65,27	77,31	2
Северо-Кавказский федеральный округ	4,94	8	3,02	3,97	4,27	7,09	5,27	40,64	35,50	8
Республика Дагестан	4,14	85	3,24	3,65	3,81	5,61	4,00	6,88	39,35	64
Республика Ингушетия	4,95	76	3,48	3,62	2,80	7,74	5,44	5,62	29,76	79
Республика Кабардино-Балкария	5,10	74	2,81	3,83	4,96	7,51	5,13	2,92	33,37	75
Республика Карачаево-Черкесия	4,86	78	2,76	4,23	4,67	6,55	5,29	5,72	23,69	84
Республика Северная Осетия-Алания	5,38	63	2,94	4,28	4,85	8,01	5,50	5,38	32,37	76
Республика Чечня	4,69	83	2,86	3,35	3,83	6,98	5,24	7,48	37,79	71
Ставропольский край	5,45	52	3,02	4,79	4,96	7,25	6,26	6,64	52,17	23
Сибирский федеральный округ	5,50	5	3,12	5,43	5,53	6,51	6,09	106,11	39,67	7
Алтайский край	5,37	66	2,78	4,85	5,72	6,42	6,23	8,95	37,78	72
Иркутская область	6,21	5	2,73	8,29	5,06	7,10	6,36	16,86	39,82	63
Кемеровская область	5,86	17	4,67	5,86	6,10	6,45	6,08	11,87	42,21	56
Красноярский край	6,06	8	3,24	7,18	5,53	7,26	6,18	27,09	46,71	38
Новосибирская область	5,81	20	3,39	5,02	5,32	6,77	7,63	14,93	52,51	22
Омская область	5,48	51	2,86	4,77	6,02	6,83	6,02	2,88	43,04	53

Наименование региона	Инфраструктура								Качество жизни	
	Индекс развития инфраструктуры	Место региона	в т.ч. Отраслевой индекс развития инфраструктуры региона					Расходы регионального бюджета на инфраструктуру в 2018 году, млрд. руб.	Рейтинговый балл	Место региона
			транспортная	энергетическая	социальная	коммунальная	телекоммуникационная			
Республика Алтай	4,81	80	2,63	4,34	5,11	5,59	5,70	3,08	29,46	80
Республика Тыва	4,54	84	2,83	3,55	5,48	5,47	4,74	3,02	17,53	85
Республика Хакасия	5,43	55	3,12	5,50	5,03	6,83	5,93	2,97	42,11	57
Томская область	5,39	62	3,00	4,88	5,87	6,42	6,07	4,47	45,50	45
Уральский федеральный округ	5,93	1	3,54	6,07	5,28	7,09	6,81	120,2	52,11	2
Курганская область	5,35	67	2,89	4,65	6,42	6,15	5,86	2,67	29,41	81
Свердловская область	6,02	10	3,11	6,68	5,34	7,09	6,96	24,69	57,14	13
Тюменская область	5,73	22	3,29	5,32	5,34	6,86	7,12	33,72	57,02	14
Ханты-Мансийский автономный округ	6,61	3	4,06	8,73	4,69	7,40	7,00	26,01	58,81	10
Челябинская область	5,91	16	3,61	5,75	5,23	7,32	6,91	14,11	52,12	24
Ямало-Ненецкий автономный округ	5,97	13	4,30	5,31	4,75	7,72	7,02	19,00	58,18	12
Центральный федеральный округ	5,87	2	3,49	5,04	5,74	7,09	6,97	562,2	53,33	1
Белгородская область	6,14	6	3,94	5,02	6,90	7,43	6,68	13,60	63,98	5
Брянская область	5,53	47	2,98	4,53	5,49	6,97	6,69	3,91	46,23	41
Владимирская область	5,51	49	2,83	4,73	5,66	6,88	6,49	6,23	47,98	33
Воронежская область	5,86	18	2,90	4,98	5,88	7,21	7,20	11,63	62,00	7
Ивановская область	5,52	48	2,94	4,60	5,36	7,34	6,32	1,73	43,90	52
Калужская область	5,76	30	2,91	5,74	4,98	6,74	7,35	7,99	53,37	21
Костромская область	5,44	54	2,75	4,69	5,77	6,33	6,71	1,94	40,10	62
Курская область	5,60	44	2,83	5,00	5,75	7,06	6,39	5,33	54,32	20

Наименование региона	Инфраструктура							Качество жизни		
	Индекс развития инфраструктуры	Место региона	в т.ч. Отраслевой индекс развития инфраструктуры региона					Расходы регионального бюджета на инфраструктуру в 2018 году, млрд. руб.	Рейтинговый балл	Место региона
			транспортная	энергетическая	социальная	коммунальная	телекоммуникационная			
Липецкая область	5,98	12	3,28	4,98	6,16	7,61	6,89	5,54	58,47	11
г. Москва	7,74	1	8,38	6,82	4,63	7,91	9,94	422,75	79,28	1
Московская область	6,57	4	7,17	5,63	4,32	7,50	7,59	56,17	74,50	3
Орловская область	5,73	31	2,95	4,43	6,38	6,93	6,86	2,48	46,25	40
Рязанская область	5,62	42	2,74	4,84	5,80	6,72	6,92	4,91	50,34	26
Смоленская область	5,81	23	2,90	4,98	6,34	6,87	6,93	2,35	47,40	35
Тамбовская область	5,92	15	2,82	4,61	7,38	7,02	6,53	4,49	46,17	43
Тверская область	5,51	50	2,77	5,46	5,99	6,40	6,13	2,92	41,21	58
Тульская область	5,60	45	3,00	4,73	5,19	7,01	7,02	5,21	54,51	18
Ярославская область	5,80	25	2,75	4,98	5,32	7,74	6,88	2,72	49,92	28
Южный федеральный округ	5,23	7	3,09	4,61	5,01	6,93	5,67	132,6	48,58	5
Астраханская область	5,4	60	3,28	4,49	4,88	7,46	5,97	3,46	42,50	54
Волгоградская область	5,41	59	3,03	4,64	5,45	7,30	5,72	6,42	46,20	42
Краснодарский край	5,66	40	3,94	4,86	4,88	6,91	7,03	18,66	63,07	6
Республика Адыгея	5,11	73	3,16	4,30	4,97	7,06	5,24	4,74	50,13	27
Республика Калмыкия	4,91	77	2,25	3,74	5,65	6,39	5,35	1,00	31,50	78
Республика Крым	5,05	75	3,39	4,59	4,57	6,77	5,32	71,72	45,46	47
Ростовская область	5,60	43	3,06	5,35	5,63	6,94	6,26	20,84	54,42	19
г. Севастополь	4,70	82	2,65	4,92	4,04	6,58	4,43	5,76	55,36	17

Составлено автором по [118; 292].

Таблица Г.2 – Исходные данные для регрессионного анализа⁵

Исследуемые регионы	Качество жизни рейтинговый балл, Y	Индекс развития инфраструктуры, X ₁
Алтайский край	37,78	5,37
Амурская область	38,75	5,29
Архангельская область	34,64	5,42
Астраханская область	42,50	5,40
Белгородская область	63,98	6,14
Брянская область	46,23	5,53
Владимирская область	47,98	5,51
Волгоградская область	46,20	5,41
Вологодская область	40,69	5,42
Воронежская область	62,00	5,86
г. Санкт-Петербург	77,31	6,94
г. Севастополь	55,36	4,70
Еврейская автономная область	28,22	5,24
Забайкальский край	28,73	5,11
Ивановская область	43,90	5,52
Иркутская область	39,82	6,21
Калининградская область	59,25	5,67
Калужская область	53,37	5,76
Камчатский край	49,65	5,78
Кемеровская область	42,21	5,86
Кировская область	40,26	5,30
Костромская область	40,10	5,44
Краснодарский край	63,07	5,66
Красноярский край	46,71	6,06
Курганская область	29,41	5,35
Курская область	54,32	5,60
Ленинградская область	60,70	5,76

⁵ Предварительный анализ исходных данных выявил наличие двух территорий (г. Москва и республика Крым) с аномальными значениями признаков. Эти территории исключены из дальнейшего анализа. Значения показателей в итоговых строках приведены без учета указанных аномальных единиц.

Липецкая область	58,47	5,98
Магаданская область	44,66	5,81
Московская область	74,50	6,57
Мурманская область	47,12	6,12
Ненецкий автономный округ	38,86	5,83
Нижегородская область	55,52	5,93
Новгородская область	38,91	5,56
Новосибирская область	52,51	5,81
Омская область	43,04	5,48
Оренбургская область	48,42	5,72
Орловская область	46,25	5,73
Пензенская область	47,00	5,70
Пермский край	44,71	5,63
Приморский край	45,50	5,45
Псковская область	42,49	5,37
Республика Адыгея	50,13	5,11
Республика Алтай	29,46	4,81
Республика Башкортостан	50,41	5,78
Республика Бурятия	31,62	4,84
Республика Дагестан	39,35	4,14
Республика Ингушетия	29,76	4,95
Республика Кабардино-Балкария	33,37	5,10
Республика Калмыкия	31,50	4,91
Республика Карачаево-Черкесия	23,69	4,86
Республика Карелия	37,13	5,67
Республика Коми	38,21	5,78
Республика Марий Эл	40,10	5,38
Республика Мордовия	44,51	5,31
Республика Саха (Якутия)	38,00	4,80
Республика Северная Осетия-Алания	32,37	5,38
Республика Татарстан	66,81	6,04
Республика Тыва	17,53	4,54
Республика Удмуртия	46,33	5,39
Республика Хакасия	42,11	5,43

Республика Чечня	37,79	4,69
Республика Чувашия	45,97	5,80
Ростовская область	54,42	5,60
Рязанская область	50,34	5,62
Самарская область	55,37	5,68
Саратовская область	45,15	5,42
Сахалинская область	47,87	5,81
Свердловская область	57,14	6,02
Смоленская область	47,40	5,81
Ставропольский край	52,17	5,45
Тамбовская область	46,17	5,92
Тверская область	41,21	5,51
Томская область	45,50	5,39
Тульская область	54,51	5,60
Тюменская область	57,02	5,73
Ульяновская область	49,81	5,72
Хабаровский край	49,23	5,73
Ханты-Мансийский автономный округ	58,81	6,61
Челябинская область	52,12	5,91
Чукотский автономный округ	38,48	6,02
Ямало-Ненецкий автономный округ	58,18	5,97
Ярославская область	49,92	5,80
Итого, Σ	3818,07	462,03
Средняя	46,00	5,57
Среднее квадратическое отклонение, σ	10,74	0,45
Дисперсия, D	115,43	0,20

Таблица Г.3 – Исходные данные по возрастанию факторного признака X_1

Исследуемые регионы	Качество жизни рейтинговый балл, Y	Индекс развития инфраструктуры, X_1
Республика Дагестан	39,35	4,14
Республика Тыва	17,53	4,54
Республика Чечня	37,79	4,69
г. Севастополь	55,36	4,70
Республика Саха (Якутия)	38,00	4,80
Республика Алтай	29,46	4,81
Республика Бурятия	31,62	4,84
Республика Карачаево-Черкесия	23,69	4,86
Республика Калмыкия	31,50	4,91
Республика Ингушетия	29,76	4,95
Республика Кабардино-Балкария	33,37	5,10
Забайкальский край	28,73	5,11
Республика Адыгея	50,13	5,11
Еврейская автономная область	28,22	5,24
Амурская область	38,75	5,29
Кировская область	40,26	5,30
Республика Мордовия	44,51	5,31
Курганская область	29,41	5,35
Алтайский край	37,78	5,37
Псковская область	42,49	5,37
Республика Марий Эл	40,10	5,38
Республика Северная Осетия-Алания	32,37	5,38
Республика Удмуртия	46,33	5,39
Томская область	45,50	5,39
Астраханская область	42,50	5,40
Волгоградская область	46,20	5,41
Архангельская область	34,64	5,42
Вологодская область	40,69	5,42
Саратовская область	45,15	5,42
Республика Хакасия	42,11	5,43
Костромская область	40,10	5,44
Приморский край	45,50	5,45
Ставропольский край	52,17	5,45
Омская область	43,04	5,48
Владимирская область	47,98	5,51
Тверская область	41,21	5,51
Ивановская область	43,90	5,52
Брянская область	46,23	5,53
Новгородская область	38,91	5,56
Курская область	54,32	5,60
Ростовская область	54,42	5,60
Тульская область	54,51	5,60
Рязанская область	50,34	5,62
Пермский край	44,71	5,63
Краснодарский край	63,07	5,66
Калининградская область	59,25	5,67

Республика Карелия	37,13	5,67
Самарская область	55,37	5,68
Пензенская область	47,00	5,70
Оренбургская область	48,42	5,72
Ульяновская область	49,81	5,72
Орловская область	46,25	5,73
Тюменская область	57,02	5,73
Хабаровский край	49,23	5,73
Калужская область	53,37	5,76
Ленинградская область	60,70	5,76
Камчатский край	49,65	5,78
Республика Башкортостан	50,41	5,78
Республика Коми	38,21	5,78
Республика Чувашия	45,97	5,80
Ярославская область	49,92	5,80
Магаданская область	44,66	5,81
Новосибирская область	52,51	5,81
Сахалинская область	47,87	5,81
Смоленская область	47,40	5,81
Ненецкий автономный округ	38,86	5,83
Воронежская область	62,00	5,86
Кемеровская область	42,21	5,86
Челябинская область	52,12	5,91
Тамбовская область	46,17	5,92
Нижегородская область	55,52	5,93
Ямало-Ненецкий автономный округ	58,18	5,97
Липецкая область	58,47	5,98
Свердловская область	57,14	6,02
Чукотский автономный округ	38,48	6,02
Республика Татарстан	66,81	6,04
Красноярский край	46,71	6,06
Мурманская область	47,12	6,12
Белгородская область	63,98	6,14
Иркутская область	39,82	6,21
Московская область	74,50	6,57
Ханты-Мансийский автономный округ	58,81	6,61
г. Санкт-Петербург	77,31	6,94

Таблица Г.4 – Расчетные данные

№ п/п	Индекс развития инфраструктуры, X_1	Качество жизни рейтинговый балл, Y	X_1^2	$X_1 \cdot Y$
1	4,14	39,35	17,14	162,91
2	4,54	17,53	20,61	79,59
3	4,69	37,79	22,00	177,24
4	4,70	55,36	22,09	260,19
5	4,80	38,00	23,04	182,40
6	4,81	29,46	23,14	141,70
7	4,84	31,62	23,43	153,04
8	4,86	23,69	23,62	115,13
9	4,91	31,50	24,11	154,67
10	4,95	29,76	24,50	147,31
11	5,10	33,37	26,01	170,19
12	5,11	28,73	26,11	146,81
13	5,11	50,13	26,11	256,16
14	5,24	28,22	27,46	147,87
15	5,29	38,75	27,98	204,99
16	5,30	40,26	28,09	213,38
17	5,31	44,51	28,20	236,35
18	5,35	29,41	28,62	157,34
19	5,37	37,78	28,84	202,88
20	5,37	42,49	28,84	228,17
21	5,38	40,10	28,94	215,74
22	5,38	32,37	28,94	174,15
23	5,39	46,33	29,05	249,72
24	5,39	45,50	29,05	245,25
25	5,40	42,50	29,16	229,50
26	5,41	46,20	29,27	249,94
27	5,42	34,64	29,38	187,75
28	5,42	40,69	29,38	220,54
29	5,42	45,15	29,38	244,71
30	5,43	42,11	29,48	228,66
31	5,44	40,10	29,59	218,14
32	5,45	45,50	29,70	247,98
33	5,45	52,17	29,70	284,33
34	5,48	43,04	30,03	235,86
35	5,51	47,98	30,36	264,37
36	5,51	41,21	30,36	227,07
37	5,52	43,90	30,47	242,33
38	5,53	46,23	30,58	255,65
39	5,56	38,91	30,91	216,34
40	5,60	54,32	31,36	304,19
41	5,60	54,42	31,36	304,75
42	5,60	54,51	31,36	305,26
43	5,62	50,34	31,58	282,91
44	5,63	44,71	31,70	251,72
45	5,66	63,07	32,04	356,98

46	5,67	59,25	32,15	335,95
47	5,67	37,13	32,15	210,53
48	5,68	55,37	32,26	314,50
49	5,70	47,00	32,49	267,90
50	5,72	48,42	32,72	276,96
51	5,72	49,81	32,72	284,91
52	5,73	46,25	32,83	265,01
53	5,73	57,02	32,83	326,72
54	5,73	49,23	32,83	282,09
55	5,76	53,37	33,18	307,41
56	5,76	60,70	33,18	349,63
57	5,78	49,65	33,41	286,98
58	5,78	50,41	33,41	291,37
59	5,78	38,21	33,41	220,85
60	5,80	45,97	33,64	266,63
61	5,80	49,92	33,64	289,54
62	5,81	44,66	33,76	259,47
63	5,81	52,51	33,76	305,08
64	5,81	47,87	33,76	278,12
65	5,81	47,40	33,76	275,39
66	5,83	38,86	33,99	226,55
67	5,86	62,00	34,34	363,32
68	5,86	42,21	34,34	247,35
69	5,91	52,12	34,93	308,03
70	5,92	46,17	35,05	273,33
71	5,93	55,52	35,16	329,23
72	5,97	58,18	35,64	347,33
73	5,98	58,47	35,76	349,65
74	6,02	57,14	36,24	343,98
75	6,02	38,48	36,24	231,65
76	6,04	66,81	36,48	403,53
77	6,06	46,71	36,72	283,06
78	6,12	47,12	37,45	288,37
79	6,14	63,98	37,70	392,84
80	6,21	39,82	38,56	247,28
81	6,57	74,50	43,16	489,47
82	6,61	58,81	43,69	388,73
83	6,94	77,31	48,16	536,53
Итого, Σ	462,03	3818,07	2588,58	21527,45
Средняя	5,57	46,00	-	-
Среднее квадратическое отклонение, σ	0,45	10,74	-	-
Дисперсия, D	0,20	115,43	-	-

Таблица Г.5 – Исходные данные для регрессионного анализа

Исследуемые регионы	Качество жизни рейтинговый балл, Y	Расходы регионального бюджета на инфраструктуру, X ₂
Алтайский край	37,78	8,95
Амурская область	38,75	4,46
Архангельская область	34,64	4,94
Астраханская область	42,50	3,46
Белгородская область	63,98	13,60
Брянская область	46,23	3,91
Владимирская область	47,98	6,23
Волгоградская область	46,20	6,42
Вологодская область	40,69	6,14
Воронежская область	62,00	11,63
г. Санкт-Петербург	77,31	65,27
г. Севастополь	55,36	5,76
Еврейская автономная область	28,22	0,51
Забайкальский край	28,73	3,58
Ивановская область	43,90	1,73
Иркутская область	39,82	16,86
Калининградская область	59,25	15,59
Калужская область	53,37	7,99
Камчатский край	49,65	7,98
Кемеровская область	42,21	11,87
Кировская область	40,26	4,34
Костромская область	40,10	1,94
Краснодарский край	63,07	18,66
Красноярский край	46,71	27,09
Курганская область	29,41	2,67
Курская область	54,32	5,33
Ленинградская область	60,70	15,48
Липецкая область	58,47	5,54
Магаданская область	44,66	0,90
Московская область	74,50	56,17
Мурманская область	47,12	2,68
Ненецкий автономный округ	38,86	3,87
Нижегородская область	55,52	10,28
Новгородская область	38,91	1,84
Новосибирская область	52,51	14,93
Омская область	43,04	2,88
Оренбургская область	48,42	4,91
Орловская область	46,25	2,48
Пензенская область	47,00	4,67
Пермский край	44,71	15,38
Приморский край	45,50	8,71
Псковская область	42,49	3,87
Республика Адыгея	50,13	4,74
Республика Алтай	29,46	3,08

Республика Башкортостан	50,41	20,20
Республика Бурятия	31,62	6,41
Республика Дагестан	39,35	6,88
Республика Ингушетия	29,76	5,62
Республика Кабардино-Балкария	33,37	2,92
Республика Калмыкия	31,50	1,00
Республика Карачаево-Черкесия	23,69	5,72
Республика Карелия	37,13	5,42
Республика Коми	38,21	3,56
Республика Марий Эл	40,10	1,70
Республика Мордовия	44,51	5,73
Республика Саха (Якутия)	38,00	12,35
Республика Северная Осетия-Алания	32,37	5,38
Республика Татарстан	66,81	52,31
Республика Тыва	17,53	3,02
Республика Удмуртия	46,33	4,77
Республика Хакасия	42,11	2,97
Республика Чечня	37,79	7,48
Республика Чувашия	45,97	5,43
Ростовская область	54,42	20,84
Рязанская область	50,34	4,91
Самарская область	55,37	18,47
Саратовская область	45,15	7,64
Сахалинская область	47,87	26,34
Свердловская область	57,14	24,69
Смоленская область	47,40	2,35
Ставропольский край	52,17	6,64
Тамбовская область	46,17	4,49
Тверская область	41,21	2,92
Томская область	45,50	4,47
Тульская область	54,51	5,21
Тюменская область	57,02	33,72
Ульяновская область	49,81	3,35
Хабаровский край	49,23	18,80
Ханты-Мансийский автономный округ	58,81	26,01
Челябинская область	52,12	14,11
Чукотский автономный округ	38,48	3,38
Ямало-Ненецкий автономный округ	58,18	19,00
Ярославская область	49,92	2,72
Итого, Σ	3818,07	838,25
Средняя	46,00	10,10
Среднее квадратическое отклонение, σ	10,74	11,74
Дисперсия, D	115,43	137,87

Таблица Г.6 – Исходные данные по возрастанию факторного признака X_2

Исследуемые регионы	Качество жизни рейтинговый балл, Y	Расходы регионального бюджета на инфраструктуру, X_2
Еврейская автономная область	0,51	28,22
Магаданская область	0,90	44,66
Республика Калмыкия	1,00	31,50
Республика Марий Эл	1,70	40,10
Ивановская область	1,73	43,90
Новгородская область	1,84	38,91
Костромская область	1,94	40,10
Смоленская область	2,35	47,40
Орловская область	2,48	46,25
Курганская область	2,67	29,41
Мурманская область	2,68	47,12
Ярославская область	2,72	49,92
Омская область	2,88	43,04
Республика Кабардино-Балкария	2,92	33,37
Тверская область	2,92	41,21
Республика Хакасия	2,97	42,11
Республика Тыва	3,02	17,53
Республика Алтай	3,08	29,46
Ульяновская область	3,35	49,81
Чукотский автономный округ	3,38	38,48
Астраханская область	3,46	42,50
Республика Коми	3,56	38,21
Забайкальский край	3,58	28,73
Ненецкий автономный округ	3,87	38,86
Псковская область	3,87	42,49
Брянская область	3,91	46,23
Кировская область	4,34	40,26
Амурская область	4,46	38,75
Томская область	4,47	45,50
Тамбовская область	4,49	46,17
Пензенская область	4,67	47,00
Республика Адыгея	4,74	50,13
Республика Удмуртия	4,77	46,33
Оренбургская область	4,91	48,42
Рязанская область	4,91	50,34
Архангельская область	4,94	34,64
Тульская область	5,21	54,51
Курская область	5,33	54,32
Республика Северная Осетия-Алания	5,38	32,37
Республика Карелия	5,42	37,13
Республика Чувашия	5,43	45,97
Липецкая область	5,54	58,47
Республика Ингушетия	5,62	29,76
Республика Карачаево-Черкесия	5,72	23,69

Республика Мордовия	5,73	44,51
г. Севастополь	5,76	55,36
Вологодская область	6,14	40,69
Владимирская область	6,23	47,98
Республика Бурятия	6,41	31,62
Волгоградская область	6,42	46,20
Ставропольский край	6,64	52,17
Республика Дагестан	6,88	39,35
Республика Чечня	7,48	37,79
Саратовская область	7,64	45,15
Камчатский край	7,98	49,65
Калужская область	7,99	53,37
Приморский край	8,71	45,50
Алтайский край	8,95	37,78
Нижегородская область	10,28	55,52
Воронежская область	11,63	62,00
Кемеровская область	11,87	42,21
Республика Саха (Якутия)	12,35	38,00
Белгородская область	13,60	63,98
Челябинская область	14,11	52,12
Новосибирская область	14,93	52,51
Пермский край	15,38	44,71
Ленинградская область	15,48	60,70
Калининградская область	15,59	59,25
Иркутская область	16,86	39,82
Самарская область	18,47	55,37
Краснодарский край	18,66	63,07
Хабаровский край	18,80	49,23
Ямало-Ненецкий автономный округ	19,00	58,18
Республика Башкортостан	20,20	50,41
Ростовская область	20,84	54,42
Свердловская область	24,69	57,14
Ханты-Мансийский автономный округ	26,01	58,81
Сахалинская область	26,34	47,87
Красноярский край	27,09	46,71
Тюменская область	33,72	57,02
Республика Татарстан	52,31	66,81
Московская область	56,17	74,50
г. Санкт-Петербург	65,27	77,31

Таблица Г.7 – Расчетные данные

№ п/п	Расходы регионального бюджета на инфраструктуру, X_2	Качество жизни рейтинговый балл, Y	X_2^2	$X_2 \cdot Y$
1	0,51	28,22	0,26	14,39
2	0,90	44,66	0,81	40,19
3	1,00	31,50	1,00	31,50
4	1,70	40,10	2,89	68,17
5	1,73	43,90	2,99	75,95
6	1,84	38,91	3,39	71,59
7	1,94	40,10	3,76	77,79
8	2,35	47,40	5,52	111,39
9	2,48	46,25	6,15	114,70
10	2,67	29,41	7,13	78,52
11	2,68	47,12	7,18	126,28
12	2,72	49,92	7,40	135,78
13	2,88	43,04	8,29	123,96
14	2,92	33,37	8,53	97,44
15	2,92	41,21	8,53	120,33
16	2,97	42,11	8,82	125,07
17	3,02	17,53	9,12	52,94
18	3,08	29,46	9,49	90,74
19	3,35	49,81	11,22	166,86
20	3,38	38,48	11,42	130,06
21	3,46	42,50	11,97	147,05
22	3,56	38,21	12,67	136,03
23	3,58	28,73	12,82	102,85
24	3,87	38,86	14,98	150,39
25	3,87	42,49	14,98	164,44
26	3,91	46,23	15,29	180,76
27	4,34	40,26	18,84	174,73
28	4,46	38,75	19,89	172,83
29	4,47	45,50	19,98	203,39
30	4,49	46,17	20,16	207,30
31	4,67	47,00	21,81	219,49
32	4,74	50,13	22,47	237,62
33	4,77	46,33	22,75	220,99
34	4,91	48,42	24,11	237,74
35	4,91	50,34	24,11	247,17
36	4,94	34,64	24,40	171,12
37	5,21	54,51	27,14	284,00
38	5,33	54,32	28,41	289,53
39	5,38	32,37	28,94	174,15
40	5,42	37,13	29,38	201,24
41	5,43	45,97	29,48	249,62
42	5,54	58,47	30,69	323,92
43	5,62	29,76	31,58	167,25
44	5,72	23,69	32,72	135,51
45	5,73	44,51	32,83	255,04

46	5,76	55,36	33,18	318,87
47	6,14	40,69	37,70	249,84
48	6,23	47,98	38,81	298,92
49	6,41	31,62	41,09	202,68
50	6,42	46,20	41,22	296,60
51	6,64	52,17	44,09	346,41
52	6,88	39,35	47,33	270,73
53	7,48	37,79	55,95	282,67
54	7,64	45,15	58,37	344,95
55	7,98	49,65	63,68	396,21
56	7,99	53,37	63,84	426,43
57	8,71	45,50	75,86	396,31
58	8,95	37,78	80,10	338,13
59	10,28	55,52	105,68	570,75
60	11,63	62,00	135,26	721,06
61	11,87	42,21	140,90	501,03
62	12,35	38,00	152,52	469,30
63	13,60	63,98	184,96	870,13
64	14,11	52,12	199,09	735,41
65	14,93	52,51	222,90	783,97
66	15,38	44,71	236,54	687,64
67	15,48	60,70	239,63	939,64
68	15,59	59,25	243,05	923,71
69	16,86	39,82	284,26	671,37
70	18,47	55,37	341,14	1022,68
71	18,66	63,07	348,20	1176,89
72	18,80	49,23	353,44	925,52
73	19,00	58,18	361,00	1105,42
74	20,20	50,41	408,04	1018,28
75	20,84	54,42	434,31	1134,11
76	24,69	57,14	609,60	1410,79
77	26,01	58,81	676,52	1529,65
78	26,34	47,87	693,80	1260,90
79	27,09	46,71	733,87	1265,37
80	33,72	57,02	1137,04	1922,71
81	52,31	66,81	2736,34	3494,83
82	56,17	74,50	3155,07	4184,67
83	65,27	77,31	4260,17	5046,02
Итого, Σ	838,25	3818,07	19770,85	45448,40
Средняя	10,10	46,00	-	
Среднее квадратическое отклонение, σ	11,74	10,74	-	-
Дисперсия, D	137,87	115,43	-	-

Таблица Г.8 – Экологический рейтинг регионов Российской Федерации
в 2019 году

Наименование региона	Сводный экологический индекс	Место региона
<i>Дальневосточный федеральный округ</i>	-	6
Амурская область	53	55
Еврейская автономная область	48	70
Забайкальский край	45	81
Камчатский край	56	36
Магаданская область	64	6
Приморский край	49	69
Республика Бурятия	47	75
Республика Саха (Якутия)	45	82
Сахалинская область	51	62
Хабаровский край	48	71
Чукотский автономный округ	63	11
<i>Приволжский федеральный округ</i>	-	4
Кировская область	55	47
Нижегородская область	46	77
Оренбургская область	45	78
Пензенская область	60	25
Пермский край	60	21
Республика Башкортостан	53	58
Республика Марий Эл	58	33
Республика Мордовия	54	53
Республика Татарстан	56	42
Республика Удмуртия	60	20
Республика Чувашия	62	14
Самарская область	54	48
Саратовская область	52	59
Ульяновская область	62	13
<i>Северо-Западный федеральный округ</i>	-	3
Архангельская область	56	39
Вологодская область	60	26
Калининградская область	49	67
Ленинградская область	52	60
Мурманская область	63	9
Ненецкий автономный округ	58	32
Новгородская область	56	43
Псковская область	54	52
Республика Карелия	56	38
Республика Коми	63	10
г. Санкт-Петербург	63	8
<i>Северо-Кавказский федеральный округ</i>	-	1

Республика Дагестан	58	29
Республика Ингушетия	59	27
Республика Кабардино-Балкария	60	22
Республика Карачаево-Черкесия	61	17
Республика Северная Осетия-Алания	56	44
Республика Чечня	60	19
Ставропольский край	56	37
Сибирский федеральный округ	-	7
Алтайский край	65	4
Иркутская область	42	85
Кемеровская область	56	45
Красноярский край	45	80
Новосибирская область	54	50
Омская область	45	79
Республика Алтай	66	3
Республика Тыва	50	65
Республика Хакасия	58	30
Томская область	56	34
Уральский федеральный округ	-	8
Курганская область	49	68
Свердловская область	43	83
Тюменская область	60	24
Ханты-Мансийский автономный округ	47	73
Челябинская область	42	84
Ямало-Ненецкий автономный округ	56	41
Центральный федеральный округ	-	2
Белгородская область	66	2
Брянская область	51	64
Владимирская область	51	61
Воронежская область	54	51
Ивановская область	61	18
Калужская область	62	12
Костромская область	58	28
Курская область	63	7
Липецкая область	53	56
г. Москва	65	5
Московская область	46	76
Орловская область	54	49
Рязанская область	61	15
Смоленская область	55	46
Тамбовская область	73	1
Тверская область	53	57
Тульская область	47	74
Ярославская область	60	23
Южный федеральный округ	-	5

Астраханская область	57	35
Волгоградская область	54	54
Краснодарский край	61	16
Республика Адыгея	56	40
Республика Калмыкия	50	66
Республика Крым	51	63
Ростовская область	58	31
г. Севастополь	48	72

Составлено автором по: <https://greenpatrol.ru/ru/novosti/ekologicheskij-reyting-let-2019/>

Таблица Д.1 – Рейтинг регионов Российской Федерации по уровню развития государственно-частного партнерства (на начало года)

Наименование региона	Рейтинг, %					Место, среди регионов РФ				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Дальневосточный федеральный округ</i>										
Амурская область	31,4	25,3	56,1	60,7	71,9	48	39	17	23	26
Еврейская автономная область	14,2	12,1	14,1	19,5	21,6	79	64	73	74	76
Забайкальский край	24,9	12,5	23,7	27,7	29,5	61	63	57	62	66
Камчатский край	24,1	19,4	23,0	34,6	61,9	43	51	59	49	30
Магаданская область	27,6	6,0	29,5	30,9	36,1	55	78	47	54	57
Приморский край	15,8	9,0	29,4	32,1	41,0	76	74	48	52	47
Республика Бурятия	20,0	37,2	58,3	55,5	72,2	69	16	16	26	24
Республика Саха (Якутия)	15,8	39,6	52,1	66,6	72,1	74	15	24	17	25
Сахалинская область	35,7	21,1	16,8	24,2	38,3	37	45	69	67	52
Хабаровский край	16,6	33,4	63,7	70,2	82,9	73	21	11	16	11
Чукотский автономный округ	6,0	1,8	20,8	28,0	35,6	83	83	64	59	58
<i>Приволжский федеральный округ</i>										
Кировская область	42,3	15,3	26,3	28,8	33,6	25	58	52	57	61
Нижегородская область	62,3	53,6	69,4	78,7	83,2	5	5	6	8	10
Оренбургская область	42,9	30,7	46,7	50,1	44,2	23	27	30	35	46
Пензенская область	28,0	19,9	35,1	40,6	48,7	54	50	44	43	41
Пермский край	49,4	31,5	53,6	80,6	84,1	14	26	21	6	8-9
Республика Башкортостан	48,7	41,2	67,7	83,2	90,0	16	12	7	5	1-6
Республика Марий Эл	28,9	9,6	16,5	17,7	24,8	52	72	71	76	72
Республика Мордовия	28,8	22,4	22,3	41,8	46,0	53	42	61	42	42
Республика Татарстан	70,6	43,0	66,1	70,6	72,6	2	10	8	15	22
Республика Удмуртия	42,6	40,0	62,5	72,6	76,4	24	14	13	13	19
Республика Чувашия	25,4	26,6	38,3	49,4	40,7	60	36	39	36	48
Самарская область	54,3	59,6	82,7	90,0	90,0	8	3	3	1-4	1-6
Саратовская область	18,9	28,2	43,2	36,5	45,8	71	33	35	48	43
Ульяновская область	17,7	44,6	63,7	61,2	72,6	72	9	10	22	20-21
<i>Северо-Западный федеральный округ</i>										
Архангельская область	34,4	26,7	50,3	51,2	57,6	41	35	26	31	31

Наименование региона	Рейтинг, %					Место, среди регионов РФ				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
Вологодская область	47,2	31,7	46,8	49,0	63,1	18	23	29	37	29
Калининградская область	39,2	25,9	47,3	50,8	50,9	33	38	28	32	37
Ленинградская область	55,0	48,4	65,3	72,5	79,0	7	7	9	14	16
Мурманская область	32,9	24,4	36,2	39,0	45,7	43	41	42	46	44
Ненецкий автономный округ	22,0	8,0	13,8	22,5	19,5	67	76	74	69	78
Новгородская область	26,2	14,6	23,2	31,5	34,4	58	60	58	53	60
Псковская область	39,6	20,1	17,0	25,0	27,1	32	48	68	64	69
Республика Карелия	37,4	13,8	19,6	19,7	25,0	35	62	66	73	71
Республика Коми	46,2	26,0	25,9	29,2	34,5	21	37	54	56	59
г. Санкт-Петербург	73,9	59,9	70,2	90,0	90,0	1	2	5	1-4	1-6
<i>Северо-Кавказский федеральный округ</i>										
Республика Дагестан	12,6	10,8	12,2	23,9	37,7	80	69	75	68	54
Республика Ингушетия	22,6	5,0	4,5	10,2	14,9	66	80	82	83	83
Республика Кабардино-Балкария	27,4	20,8	25,7	29,7	33,1	56	47	55	55	62
Республика Карачаево-Черкесия	9,6	1,8	1,5	12,4	26,7	82	83	84	81	70
Республика Северная Осетия-Алания	26,4	0,0	1,5	9,6	13,4	57	85	85	84	84
Республика Чечня	10,6	2,1	3,0	11,3	23,7	81	82	83	82	73
Ставропольский край	24,8	22,1	41,2	48,0	45,4	62	43	38	39	45
<i>Сибирский федеральный округ</i>										
Алтайский край	31,2	19,9	28,2	32,8	37,6	51	51	51	50	55
Иркутская область	41,0	14,1	33,0	63,7	82,6	26	61	46	19	12
Кемеровская область	48,3	17,4	21,5	40,3	51,0	17	52	63	44	36
Красноярский край	40,1	30,2	58,7	75,4	80,2	31	29	15	11	13
Новосибирская область	65,5	57,4	72,5	78,0	85,3	3	4	4	9	7
Омская область	40,9	14,7	29,1	27,9	39,5	27	59	49	61	50
Республика Алтай	20,1	12,0	51,6	54,8	52,0	68	66	25	27	34
Республика Тыва	31,6	10,3	10,0	13,1	17,7	46	70	77	80	82
Республика Хакасия	14,8	7,8	10,5	17,7	29,1	77	77	76	77	67
Томская область	37,3	15,9	16,0	24,6	32,5	36	56	72	65	63
<i>Уральский федеральный округ</i>										
Курганская область	40,8	11,5	18,9	20,2	20,4	28	67	67	71	77
Свердловская область	63,9	49,7	53,8	76,9	79,6	4	6	20	10	14
Тюменская область	15,8	17,3	54,1	63,0	72,5	75	53	19	20	23
Ханты-Мансийский	51,0	30,6	53,1	66,5	90,0	12	28	22	18	1-6

Наименование региона	Рейтинг, %					Место, среди регионов РФ				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
автономный округ										
Челябинская область	31,3	29,4	42,5	59,5	78,7	50	31	36	24	17
Ямало-Ненецкий автономный округ	23,8	31,6	38,1	51,7	79,1	64	25	40	29	15
<i>Центральный федеральный округ</i>										
Белгородская область	34,0	29,2	34,0	39,6	51,5	42	32	45	45	35
Брянская область	31,3	12,1	19,9	16,9	17,8	49	65	65	78	81
Владимирская область	22,8	42,0	63,6	73,0	77,3	65	11	12	12	18
Воронежская область	62,4	33,4	55,0	54,7	52,7	6	20	18	28	33
Ивановская область	32,4	16,4	35,6	41,9	37,1	44	55	43	41	56
Калужская область	46,0	34,2	44,8	57,6	72,8	22	18	31	25	20- 21
Костромская область	34,6	29,8	24,8	24,4	27,8	40	30	56	66	68
Курская область	19,2	10,1	25,9	27,9	31,9	70	71	53	60	64
Липецкая область	49,7	24,8	43,4	45,7	50,1	13	40	34	40	39
г. Москва	52,3	60,2	90,1	90,0	90,0	10	1	1	1-4	1-6
Московская область	38,0	47,9	82,7	90,0	90,0	34	8	2	1-4	1-6
Орловская область	26,0	15,7	16,8	20,9	18,3	59	57	70	70	80
Рязанская область	46,2	37,0	28,5	32,1	38,0	20	17	50	51	53
Смоленская область	34,8	16,8	44,7	49,0	49,2	39	54	32	38	40
Тамбовская область	40,7	40,4	62,3	79,0	84,1	29	13	14	7	8-9
Тверская область	32,0	8,3	7,8	18,0	18,4	45	75	80	75	79
Тульская область	35,6	31,6	52,5	62,9	66,7	38	24	23	21	28
Ярославская область	52,7	21,2	22,8	28,5	39,0	9	44	60	58	51
<i>Южный федеральный округ</i>										
Астраханская область	47,1	32,8	48,2	51,6	50,5	19	22	27	30	38
Волгоградская область	40,5	33,9	42,0	50,3	55,0	30	19	37	34	32
Краснодарский край	51,8	20,9	36,4	37,0	39,8	11	46	41	47	49
Республика Адыгея	31,5	4,5	6,0	14,5	22,8	47	81	81	79	75
Республика Калмыкия	14,5	9,0	9,0	9,0	12,0	78	73	78	85	85
Ростовская область	49,4	27,7	44,5	50,4	67,4	15	34	33	33	27
Республика Крым	-	11,1	21,5	25,2	30,7	-	68	62	63	65
г. Севастополь	-	5,7	8,1	20,2	23,1	-	79	79	72	74

Составлено автором по [181].

Таблица Е.1 – Матрица несоответствия второго уровня (представители органов власти)

F_i	F_j													
	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	f_6	f_7	f_8	f_9	f_{10}	f_{11}	f_{12}	f_{13}	f_{14}
f_1	x	0,200	0,200	0,300	0,200	0,300	0,100	0,000	0,200	0,100	0,200	0,200	0,200	0,100
f_2	0,300	x	0,100	0,100	0,300	0,200	0,300	0,100	0,500	0,200	0,200	0,100	0,200	0,000
f_3	0,600	0,300	x	0,200	0,400	0,300	0,500	0,200	0,500	0,200	0,200	0,400	0,400	0,200
f_4	0,400	0,300	0,200	x	0,200	0,200	0,300	0,100	0,300	0,100	0,100	0,300	0,200	0,000
f_5	0,500	0,500	0,400	0,300	x	0,300	0,400	0,300	0,300	0,300	0,400	0,300	0,300	0,100
f_6	0,300	0,300	0,300	0,500	0,400	x	0,200	0,100	0,400	0,200	0,300	0,300	0,200	0,100
f_7	0,300	0,400	0,300	0,400	0,400	0,300	x	0,200	0,200	0,400	0,500	0,300	0,200	0,200
f_8	0,400	0,500	0,500	0,400	0,300	0,500	0,600	x	0,400	0,300	0,400	0,500	0,300	0,300
f_9	0,400	0,600	0,400	0,200	0,200	0,300	0,200	0,100	x	0,300	0,400	0,300	0,400	0,100
f_{10}	0,400	0,500	0,300	0,300	0,200	0,400	0,300	0,100	0,400	x	0,100	0,400	0,200	0,200
f_{11}	0,500	0,400	0,300	0,400	0,300	0,300	0,400	0,200	0,500	0,200	x	0,400	0,200	0,300
f_{12}	0,300	0,400	0,400	0,200	0,300	0,200	0,100	0,200	0,300	0,400	0,500	x	0,300	0,100
f_{13}	0,400	0,600	0,500	0,300	0,300	0,400	0,300	0,100	0,300	0,200	0,400	0,300	x	0,300
f_{14}	0,500	0,500	0,500	0,600	0,500	0,500	0,400	0,300	0,600	0,500	0,500	0,500	0,500	x

Таблица Е.2 – Матрица несоответствия третьего уровня (представители органов власти)

F_i	F_j													
	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	f_6	f_7	f_8	f_9	f_{10}	f_{11}	f_{12}	f_{13}	f_{14}
f_1	x	0,200	0,200	0,200	0,100	0,300	0,000	0,000	0,200	0,100	0,200	0,100	0,000	0,000
f_2	0,200	x	0,000	0,100	0,000	0,200	0,200	0,000	0,200	0,100	0,100	0,100	0,100	0,000
f_3	0,200	0,100	x	0,200	0,100	0,200	0,100	0,000	0,300	0,100	0,200	0,100	0,200	0,000
f_4	0,200	0,100	0,200	x	0,100	0,100	0,200	0,000	0,100	0,000	0,100	0,200	0,200	0,000
f_5	0,400	0,400	0,400	0,200	x	0,300	0,300	0,000	0,200	0,300	0,200	0,200	0,300	0,100
f_6	0,200	0,200	0,300	0,300	0,100	x	0,100	0,000	0,400	0,200	0,100	0,300	0,200	0,000
f_7	0,200	0,400	0,300	0,200	0,100	0,200	x	0,000	0,200	0,200	0,100	0,300	0,200	0,000
f_8	0,300	0,400	0,500	0,400	0,300	0,500	0,300	x	0,300	0,300	0,300	0,400	0,300	0,100
f_9	0,300	0,500	0,400	0,200	0,100	0,300	0,200	0,000	x	0,200	0,200	0,000	0,300	0,100
f_{10}	0,300	0,300	0,300	0,300	0,200	0,300	0,300	0,100	0,300	x	0,100	0,300	0,200	0,000

f_{11}	0,500	0,300	0,200	0,400	0,300	0,200	0,400	0,100	0,500	0,100	x	0,300	0,200	0,100
f_{12}	0,200	0,300	0,300	0,200	0,100	0,200	0,100	0,100	0,300	0,100	0,200	x	0,200	0,000
f_{13}	0,300	0,200	0,200	0,300	0,200	0,400	0,300	0,000	0,200	0,200	0,300	0,200	x	0,000
f_{14}	0,400	0,400	0,400	0,500	0,300	0,300	0,400	0,200	0,500	0,400	0,400	0,500	0,300	x

Таблица Е.3 – Матрица несоответствия второго уровня (представители бизнеса)

F_i	F_j													
	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	f_6	f_7	f_8	f_9	f_{10}	f_{11}	f_{12}	f_{13}	f_{14}
f_1	x	0,100	0,300	0,300	0,400	0,500	0,300	0,700	0,400	0,100	0,400	0,200	0,100	0,100
f_2	0,400	x	0,400	0,500	0,300	0,400	0,300	0,500	0,400	0,300	0,300	0,500	0,300	0,200
f_3	0,300	0,400	x	0,300	0,300	0,200	0,400	0,200	0,400	0,200	0,100	0,100	0,200	0,300
f_4	0,200	0,300	0,300	x	0,300	0,200	0,300	0,400	0,300	0,000	0,100	0,300	0,200	0,200
f_5	0,100	0,100	0,300	0,400	x	0,200	0,300	0,400	0,200	0,400	0,200	0,300	0,300	0,100
f_6	0,100	0,200	0,100	0,200	0,300	x	0,400	0,200	0,200	0,100	0,100	0,100	0,200	0,100
f_7	0,200	0,100	0,200	0,200	0,200	0,200	x	0,200	0,200	0,100	0,100	0,300	0,200	0,100
f_8	0,500	0,400	0,200	0,300	0,400	0,200	0,300	x	0,400	0,300	0,100	0,100	0,200	0,300
f_9	0,200	0,200	0,400	0,200	0,200	0,300	0,300	0,400	x	0,200	0,300	0,300	0,300	0,100
f_{10}	0,400	0,300	0,400	0,400	0,500	0,400	0,400	0,600	0,500	x	0,300	0,700	0,600	0,300
f_{11}	0,400	0,500	0,200	0,200	0,400	0,300	0,500	0,300	0,300	0,200	x	0,200	0,400	0,300
f_{12}	0,500	0,600	0,300	0,400	0,500	0,400	0,700	0,500	0,700	0,400	0,300	x	0,200	0,500
f_{13}	0,300	0,500	0,400	0,400	0,500	0,400	0,600	0,700	0,500	0,300	0,500	0,300	x	0,400
f_{14}	0,200	0,100	0,300	0,400	0,300	0,200	0,300	0,400	0,400	0,300	0,300	0,400	0,300	x

Таблица Е.4 – Матрица несоответствия третьего уровня (представители бизнеса)

F_i	F_j													
	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	f_6	f_7	f_8	f_9	f_{10}	f_{11}	f_{12}	f_{13}	f_{14}
f_1	x	0,100	0,200	0,200	0,200	0,100	0,300	0,300	0,200	0,100	0,300	0,200	0,000	0,100
f_2	0,100	x	0,400	0,300	0,200	0,400	0,200	0,400	0,300	0,100	0,200	0,500	0,200	0,000
f_3	0,200	0,200	x	0,100	0,300	0,200	0,200	0,200	0,400	0,100	0,100	0,100	0,200	0,200
f_4	0,200	0,300	0,100	x	0,300	0,200	0,200	0,300	0,300	0,000	0,100	0,000	0,100	0,200
f_5	0,100	0,100	0,200	0,100	x	0,100	0,200	0,300	0,200	0,000	0,200	0,200	0,100	0,000
f_6	0,100	0,200	0,100	0,200	0,200	x	0,400	0,200	0,200	0,100	0,000	0,100	0,100	0,100
f_7	0,100	0,000	0,100	0,100	0,100	0,200	x	0,200	0,200	0,000	0,000	0,200	0,100	0,100
f_8	0,200	0,200	0,000	0,100	0,200	0,100	0,300	x	0,300	0,100	0,100	0,100	0,100	0,200
f_9	0,100	0,000	0,100	0,100	0,100	0,100	0,200	0,200	x	0,000	0,100	0,200	0,200	0,100

f_{10}	0,200	0,300	0,300	0,300	0,500	0,400	0,400	0,500	0,400	x	0,300	0,400	0,100	0,300
f_{11}	0,400	0,300	0,100	0,200	0,400	0,300	0,100	0,300	0,300	0,000	x	0,100	0,300	0,200
f_{12}	0,400	0,500	0,300	0,200	0,500	0,300	0,500	0,500	0,500	0,200	0,200	x	0,200	0,400
f_{13}	0,300	0,400	0,200	0,200	0,400	0,200	0,400	0,400	0,500	0,200	0,400	0,100	x	0,400
f_{14}	0,200	0,100	0,300	0,200	0,200	0,200	0,300	0,400	0,200	0,000	0,300	0,300	0,200	x

Таблица Е.5 – Матрица несоответствия второго уровня (представители общества)

F_i	F_j													
	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	f_6	f_7	f_8	f_9	f_{10}	f_{11}	f_{12}	f_{13}	f_{14}
f_1	x	0,200	0,100	0,300	0,000	0,300	0,100	0,100	0,200	0,300	0,300	0,500	0,400	0,200
f_2	0,400	x	0,300	0,300	0,200	0,600	0,300	0,400	0,300	0,500	0,600	0,500	0,600	0,600
f_3	0,300	0,100	x	0,300	0,100	0,300	0,400	0,200	0,300	0,500	0,300	0,400	0,500	0,400
f_4	0,400	0,200	0,200	x	0,300	0,500	0,200	0,400	0,200	0,400	0,300	0,500	0,400	0,400
f_5	0,300	0,300	0,200	0,400	x	0,500	0,100	0,300	0,300	0,500	0,500	0,600	0,400	0,500
f_6	0,300	0,300	0,200	0,500	0,400	x	0,200	0,200	0,300	0,500	0,300	0,600	0,400	0,300
f_7	0,400	0,100	0,400	0,400	0,200	0,600	x	0,400	0,400	0,600	0,500	0,500	0,600	0,600
f_8	0,200	0,200	0,200	0,400	0,100	0,400	0,100	x	0,200	0,400	0,400	0,600	0,300	0,400
f_9	0,400	0,300	0,300	0,300	0,400	0,500	0,300	0,400	x	0,500	0,700	0,600	0,600	0,500
f_{10}	0,100	0,200	0,100	0,100	0,000	0,400	0,500	0,200	0,200	x	0,100	0,600	0,300	0,300
f_{11}	0,300	0,100	0,100	0,100	0,200	0,200	0,100	0,300	0,100	0,300	x	0,400	0,300	0,300
f_{12}	0,300	0,300	0,200	0,700	0,200	0,200	0,100	0,300	0,200	0,600	0,400	x	0,600	0,500
f_{13}	0,300	0,200	0,100	0,100	0,100	0,300	0,100	0,300	0,200	0,400	0,200	0,500	x	0,200
f_{14}	0,200	0,100	0,100	0,200	0,100	0,100	0,200	0,200	0,300	0,200	0,200	0,400	0,300	x

Таблица Е.6 – Матрица несоответствия третьего уровня (представители общества)

F_i	F_j													
	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	f_6	f_7	f_8	f_9	f_{10}	f_{11}	f_{12}	f_{13}	f_{14}
f_1	x	0,000	0,100	0,300	0,000	0,200	0,000	0,000	0,000	0,200	0,300	0,300	0,200	0,200
f_2	0,300	x	0,300	0,200	0,200	0,500	0,300	0,200	0,100	0,300	0,400	0,500	0,400	0,400
f_3	0,200	0,100	x	0,200	0,100	0,300	0,000	0,200	0,100	0,200	0,300	0,400	0,400	0,400
f_4	0,400	0,200	0,200	x	0,200	0,300	0,100	0,400	0,100	0,300	0,300	0,500	0,100	0,300
f_5	0,300	0,000	0,200	0,200	x	0,400	0,000	0,200	0,300	0,300	0,400	0,400	0,400	0,400
f_6	0,100	0,100	0,000	0,200	0,300	x	0,200	0,100	0,100	0,500	0,200	0,200	0,300	0,300
f_7	0,400	0,100	0,200	0,300	0,200	0,400	x	0,300	0,300	0,400	0,400	0,500	0,500	0,500
f_8	0,100	0,200	0,100	0,300	0,000	0,300	0,100	x	0,200	0,400	0,400	0,600	0,300	0,400

f_9	0,200	0,200	0,300	0,200	0,400	0,300	0,300	0,300	x	0,300	0,500	0,600	0,600	0,400
f_{10}	0,100	0,100	0,100	0,100	0,000	0,300	0,000	0,100	0,100	x	0,100	0,200	0,300	0,100
f_{11}	0,200	0,100	0,000	0,000	0,100	0,100	0,000	0,200	0,100	0,300	x	0,300	0,200	0,100
f_{12}	0,000	0,000	0,000	0,000	0,200	0,200	0,000	0,000	0,100	0,400	0,100	x	0,100	0,100
f_{13}	0,000	0,000	0,000	0,100	0,000	0,200	0,000	0,000	0,100	0,100	0,200	0,400	x	0,200
f_{14}	0,100	0,000	0,000	0,100	0,000	0,000	0,000	0,100	0,100	0,100	0,100	0,300	0,200	x

Перечень обследуемых предприятий

Таблица Ж.1 – Предприятия сферы промышленности

№ п/п	Наименование и организационная форма предприятия	Численность работников, чел.	Контакты
1.	АДЕПТ, ЗАО	152	www.adept.ru
2.	Акрон, ПАО	5000	www.acron.ru
3.	Алкон, ПАО	160	e-mail: dir@alkon.su , info@alkon.su .
4.	Боровичи-Мебель, ЗАО	690	www.bormebel.com , bormebel@borovichi.ru 174400, Новгородская обл., г. Боровичи, ул. С. Перовской, д. 32.
5.	Боровичский комбинат огнеупоров, ОАО	6000	info@borovichi-nov.ru Россия, 174411, Новгородская обл., г. Боровичи, ул. Международная, д. 1
6.	Волховец, ЗАО	1100	http://www.volhovec.ru/
7.	Гвардеец, ЗАО	300	173502, Новгородская область, Новгородский район, п/о Подберезье
8.	ГриТай, ООО	60	92 – 29 - 99
9.	Завод Агрокабель, ЗАО – ОАО «Севкабель Холдинг»	490	174350, Новгородская область, г. Окуловка, ул. Титова, 11 http://www.agrokabel.ru/ e-mail: cabel@novgorod.net
10.	Завод «Комета», ОАО	260	www.kometa.natm.ru kometa@mail.natm.ru
11.	КВАНТ, ФГУП ПО	710	E-mail: fsue@kvant.natm.ru
12.	Корона, производственная компания	500	Email: gosudar@novgorod.net
13.	КСМ, ООО	190	www.ksm.delpart.ru
14.	Кулон, ООО	100	www.kulon.nov.ru E-mail: kylon@novgorod.net
15.	МАДОК, ООО	430	www.leitinger.com
16.	Металлопластмасс, ЗАО	30	http://www.gofro-karton.ru/
17.	Мостоотряд №75	750	тел.: (8162) 73-22-43, 73-17-04
18.	Мстатор, ОАО	25	174400 Новгородская область, г. Боровичи, ул. А. Невского, 10
19.	Новавтопром, ООО	35	www.avtoprom.ru
20.	Новгородская рыбная компания, ООО	150	e-mail: rubanov@mail.ru
21.	Новгородский металлургический комбинат, ЗАО	180	e-mail: office@vnmz.ru
22.	Новгородский Пишекомбинат Облпотребсоюза	120	e-mail: obl53@adm.nov.ru
23.	Новгородский порт, ОАО	156	Великий Новгород, ул. Береговая, 15.
24.	Новгородстальконструкция, ОАО	75	e-mail: nsk@mail.natm.ru , www.steelconstruction.ru .
25.	Новокс, ООО	40	e-mail: novox@mail.natm.ru
26.	Новтрак, ЗАО	240	www.sommer.ru
27.	Окуловский завод Мебельной Фурнитуры, ЗАО	400	www.ozmf.ru

28.	Печальный двор «Великий Новгород»	20	e-mail: kurenkov_pi@vnnovgorod.net
29.	Полимермаш, ОАО	32	174400, Новгородская область, г. Боровичи, ул. Окуловская, д. 12
30.	Технокров, ООО	50	Россия, 173507, Новгородская область, Новгородский район, пос. Сырково
31.	СКТБ РТ, ОАО	180	E-mail: sktb@mail.natn.ru Сайт: http://sktb-relay.ru
32.	СТАРТ, НПП, ОАО	700	РФ, Великий Новгород, ул. Нежинская, 55
33.	Стройснаб, ЗАО	180	Россия, 173008, Великий Новгород, ул. Рабочая, 39
34.	Тимбер Продукт, ООО	5600	Новгородская обл., пос. Крестцы, ул. Валдайская, дом 80
35.	ТРАНСКОМ, ООО НПФ	25	Великий Новгород, ул. Великая, территория заводов «Комета», «Спектр»
36.	УФСИН по Новгородской области. ФГУ ИК-7	7000	Новгородская обл., Новгородский р-н, Панковка р/п, Индустриальная ул
37.	Флайдерер, ООО	180	www.pfleiderer.ru
38.	Фортуна, ООО	190	www.fortyna.ru
39.	Чудовоагрохимсервис, ЗАО	200	www.chahs.ru
40.	Элегия, ООО	820	www.ellegia.ru
41.	Эльбор, завод	40	174400, Новгородская обл., г. Боровичи, ул. Песочная, д.30,
42.	ЮПИМ – КЮММЕНЕ ПЕСТОВО, ООО	200	Новгородская область, г. Пестово, ул. Заводская, 13 www. urm-kuumene.com
43.	Завод металлургических заготовок и металлоконструкций, ЗАО	300	195196, Россия, г. Санкт-Петербург (Ленинградская), ул. Таллинская, 7
44.	Советская Звезда, ОАО	150	www.sovstar.ru
45.	"Завод железобетонных изделий №1" ОАО	250	vzbi@mail.ru
46.	"САНЛИТ-Т", литейно-механический завод, ООО	420	www.sanlit-t.ru
47.	БАЛТСЕРВИС, ООО	130	Ленинградская обл., Гатчинский р-н, пос. Сиверский, ул. Заводская, 2Б
48.	ВОЛХОВГИПС, ОАО	320	Ленинградская обл., г. Волхов, пр. Кировский, д. 30
49.	ГАТЧИНСКИЙ КОМБИКОРМОВЫЙ ЗАВОД, ЗАО	430	www.gatchinsky-kkz.ru
50.	ДИОНИС, ЗАО ФИРМА	750	Ленинградская обл., г. Волхов, пр. Волховский, 3А
51.	ПОЛИНОМ, ЗАО	130	e-mail: pella@lost.ru
52.	ООО "Нордкалк Алексеевка"	65	www.nordkalk.ru
53.	Омега, завод, ООО	60	omega@vyborg.ru
54.	ЗАО "ТРАФО"	230	trafo@vyborg.ru
55.	Лужское УПП "Бриз", ООО	300	www.breeze-luga.ru
56.	РОК-1, ОАО	1370	Ленинградская обл., г. Волхов, Мурманское ш., 6
57.	ГАТЧИНСКИЙ ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКИЙ ЗАВОД	770	Ленинградская обл., г. Гатчина, ул. Матвеева, д. 48
58.	ОАО «Тверской вагоностроительный завод»	6500	170003, Тверская обл., г. Тверь, Петербургское шоссе, 45-6
59.	ОАО «Торжокский вагоностроительный завод»	840	172008, Тверская обл., г. Торжок, ул. Энгельса, 5
60.	Завод «Центросвармаш»	1220	170039, г. Тверь, Ул. Паши Савельевой, д. 47
61.	ОАО «Бежецкий завод «Автоспецоборудование»	954	171980, Тверская область, Бежецк, ул. Краснослободская, 1 http://www.asobezh.ru

62.	ОАО "Ржевский краностроительный завод"	1100	172386, Россия, Тверская обл., г. Ржев, ул. Краностроителей, 32
63.	ЗАО «Зубцовский машиностроительный завод»	500	172330, Тверская область, г. Зубцов, ул. Московская гора, д.20
64.	ЗАО «Нелидовский завод гидропрессов»	800	172500, Тверская обл., г. Нелидово, ул. Машиностроителей, 13
65.	ОАО «Тверской экскаватор»	1181	170000, г. Тверь, ул. Индустриальная, 11
66.	ОАО «Савеловский машиностроительный завод»	236	171510, Россия, Тверская область, город Кимры, улица 50 лет ВЛКСМ, корпус 101
67.	ОАО «Тверской полиэфир»	916	170100, Тверская обл., г. Тверь, пл. Гагарина, 1
68.	ОАО "Тверьстеклопластик"	458	170039, Тверская обл., г. Тверь, ул. П. Савельевой, 45
69.	ОАО «Нелидовский Завод Пластический Масс»	310	172500, Тверская обл., г. Нелидово, пос. шахты №6
70.	ОАО «Нелидовский Деревообрабатывающий Комбинат»	840	172523, Тверская обл., г. Нелидово, ул. Заводская, 7
71.	ОАО «Вышневолоцкий МДОК»	711	Тверская область, город Вышний Волочек, улица Лесозаводская, 3
72.	ОАО "Деревообработчик"	600	172610, ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г ЗАПАДНАЯ ДВИНА, УЛ КАЛИНИНА Д 13
73.	ЗАО "Псковэлектросвар"	600	Россия, Псковская обл., г. Псков, ул. Новаторов, д. 3
74.	ООО «Завод ЖБИ-2»	450	Псковская обл., г. Великие Луки, ул. Первомайская, 18
75.	ООО «Евро-Керамика»	50	Псковская обл., г. Печоры., ул. Заводская , 1
76.	ООО «Силловые машины – завод Реостат»	100	Псковская обл., г. Великие Луки, ул. 3-ей Ударной Армии, 65
77.	ЗАО «Завод электротехнического оборудования»	2500	Псковская обл., г. Великие Луки, пр. Октябрьский д.79
78.	ОАО «Псковский кабельный завод»	700	Россия, 180680, г. Псков, ул. Алмазная, 3
79.	ОАО «Псковский электротехнический завод»	370	г. Псков, ул. Солнечная, д. 14
80.	ОАО «Псковский завод механических приводов»	350	г. Псков, ул. Индустриальная, 9/1
81.	ОАО «Великолукский Опытный Машиностроительный Завод»	600	Россия, Псковская обл., г. Великие Луки, ул. Гоголя, д. 1
82.	ОАО «Воронежский экскаватор» («ВЭКС»)	2000	www.veks.ru
83.	ФГУП «Воронежский механический завод»	750	Воронежская обл., г. Воронеж, ул. Ворошилова, 22
84.	ОАО «Воронежский алюминиевый завод»	580	www.valz.ru
85.	ОАО «Минудобрения»(г. Россошь)	2000	Воронежская область, г. Россошь, ул. Химзаводская, 2
86.	ОАО «Воронежсинтезклучук»	3200	www.sibur.ru/vsk
87.	ОАО «Концерн «Созвездие»	2900	Воронежская обл., г. Воронеж, ул. Плехановская, 14
88.	ООО «Технопроект Синтез»	680	Воронежская обл., г. Воронеж, Ленинский пр., 15
89.	ОАО «Конструкторское бюро климатоматики»	880	http://www.kbkha.ru/
90.	ЗАО «ВоронежСтальМост»	1000	http://www.stalmost.ru/

91.	ФГУП «Воронежский механический завод»	500	Воронежская обл., г. Воронеж, ул. Ворошилова, 22
92.	ЗАО «Воронеж-ПЛАСТ»	350	http://воронежпласт.рф/
93.	Булаг, ООО	120	Россия, г. Бор (Нижегородская), пер. Полевой д. 10
94.	Грандметалл, ООО	350	www.grandmetal.icmn.ru
95.	Старлет, ООО	80	www.vkusleta.ru
96.	Сладкие Грезы, ООО	60	www.sladosti-nn.ru
97.	Роскомстрой, ООО	300	www.rks-zpki.ru
98.	Химрегион, ООО ПКФ	520	Россия, г. Дзержинск (Нижегородская), Суворова 43, оф. 14
99.	Гарант-НН, ООО	170	Россия, г. Воротынец (Нижегородская), ул. Пролетарская, 33
100.	ЛитПромГарант, ООО	80	www.lpgnn.ru
101.	ОАО «Архангельский ЦБК»	4700	Россия, Архангельская область, г. Новодвинск ул. Мельникова, д. 1
102.	ОАО «Соломбальский ЦБК»	970	Россия, Архангельская обл., г. Архангельск, ул. Кировская, 4
103.	ОАО «Соломбальский машиностроительный завод»	300	www.smz.ru
104.	ОАО «Севералмаз»	560	www.severalmaz.ru
105.	ОАО Смоленский завод радиодеталей	1000	www.tumblers.ru
106.	ООО Аркада-Инжиниринг	500	www.arkada-rus.com
107.	ООО Веском	600	www.vescompany.ru
108.	ООО РеалТек ПК	250	Россия, г. Смоленск (Смоленская), ул. Воробьева, 17, оф. 255
109.	ООО Электротехника	300	Россия, г. Смоленск (Смоленская), пр. Гагарина 10/2
110.	ООО РТИ-Импекс	180	Россия, г. Смоленск (Смоленская), ул. Смольянинова, 15-324
111.	ОАО "Теплоконтроль"	260	Россия, Смоленская обл., г. Сафоново, ул. Ленинградская, д. 18
112.	ОАО "Дорогобуж"	3000	Россия, Смоленская обл., Дорогобужский р-он, пос. Верхнеднепровский
113.	ОАО "Рославльский вагоноремонтный завод"	1500	Россия, Смоленская обл., г. Рославль, ул. Энгельса, д. 20
114.	ФГУП СПО "Аналитприбор"	6000	Россия, Смоленская обл., г. Смоленск, ул. Бабушкина, 3

Таблица Ж.2 – Предприятия сферы услуг

№ п/п	Наименование и организационная форма предприятия	Численность работников, чел.	Контакты
1.	Банно-прачечное предприятие, МУ	60	e-mail: bpr@mail.ru
2.	Боровичи, ассоциация товаропроизводителей	35	Новгородская область, г. Боровичи, ул. Подбельского, 47
3.	Декор, ПК	20	173001, Великий Новгород, ул. Софийская набережная, 2
4.	КЕЙ, компьютер-центр	70	e-mail: согр_nov@key.ru
5.	Клевое место, база отдыха	12	175400, Россия, г. Валдай Новгородской область
6.	КОМ, ООО	18	e-mail: kom53@mail.ru
7.	КРЕДО, Кредитный потребительский кооператив	20	novzfinx@novgorod.net
8.	Мастерстрой, ООО	45	Великий Новгород ул. Славная, д.47/25
9.	Медицинский центр «Акрон», ООО	60	г. Великий Новгород, ул. Менделеева, 3-а
10.	Наполи, ресторан	16	ул. Студенческая, 21/43, Великий Новгород
11.	Новгородский порт, ОАО	45	Великий Новгород, ул. Береговая, 15
12.	Новгородское протезно-ортопедическое предприятие Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации, ФГУП	20	e-mail: nov_protaz@mail.ru
13.	Новтрудконсультация, ООО	14	www.novtrud-ot.ru
14.	Облпотребсоюз, Новгородское областное потребительское общество	6500	Великий Новгород, ул. Великая, 10
15.	Печатный двор «Великий Новгород»	60	Великий Новгород, пр. Карла Маркса, 4
16.	Позитив, ООО	20	www.pozicard.ru
17.	Результат, Новгородский ресурсный центр	30	Россия, Великий Новгород, ул. Михайлова, д.20
18.	РОСГОССТРАХ	9700	Великий Новгород, ул. Рогатица, 34
19.	Русская недвижимость. Агентство № 1, ООО	70	www.anl.nov.ru
20.	Северо-Западный ТЕЛЕКОМ, Новгородский филиал ОАО	1500	www.novgorod.nwtelecom.ru
21.	Столовая «Великая»	12	velikaya-stolovayaya@mail.ru
22.	Стройснаб, ЗАО	180	www.zaostroyznab.narod.ru
23.	Технологи мониторинга, ООО	25	www.tm-n.ru 173018, Россия, г. Великий Новгород, пр. А. Корсунова, д. 52, 2
24.	ТРАНСКОМ, ООО НПФ	40	Великий Новгород, ул. Великая
25.	УРАЛСИБ БАНК, ОАО	80	E-mail: mail@uralsibbank.natm.ru
26.	Частный капитал, КПК	16	E-mail: kpk@kpk.natm.ru
27.	"РЕМБЫТТЕХНИКА" ООО	48	www.rembyttechnika.narod.ru
28.	"Компания Чистый дом" ООО	30	чистыйдом45.рф
29.	"Монтаж-Про" ОАО	62	E-mail: montazh11@mail.ru
30.	"Модное окно" ООО	36	E-mail: okno53ooo@nov.mail.ru
31.	"ИнТехСтрой" ООО	60	E-mail: intehstroy@mail.ru
32.	"Отражение" ООО	50	E-mail: otrazhenie@yandex.ru

33.	"ПРИБОР" ООО	160	
34.	ОАО "ЭЛЕКТРОНСТАНДАРТ"	120	www.electronstandart-pribor.com
35.	"Выборг-ландшафт" ООО	60	www.landshaft.ru
36.	"Ромада +" ООО	52	www.romada.ru
37.	"Автосервис Выборг Автопрофи" ИЧП	18	188800, Ленинградская область, Выборг, Онежская, дом 7
38.	"АССЛЕН" ООО	15	187110, Ленинградская область, Киряши, пр. Ленина, дом 26, корп. а, оф. 44
39.	Трубочисты Петербурга, ООО	45	www.trybochist.ru
40.	ТрансПро, ООО	30	www.transpro-clean.ru
41.	Интерсолушн, ООО	10	www.intersolution.ru
42.	Альтернатива Премиум, ООО	30	www.altpremium.ru
43.	Аналитика, Юридическая фирма	16	www.jufa.ru
44.	Бинар-Дизайн, ООО	500	Россия, г Санкт-Петербург (Ленинградская), ул. Кирочная 17, оф.50
45.	Питер-Консалт	22	www.piter-consult.ru
46.	Halminghead, ООО	62	Россия, г Санкт-Петербург (Ленинградская), ул. Жака Дюкло, 6/1
47.	Нназида, ООО	30	www.seo.niazida.ru
48.	Fashioner, ООО	25	Россия, г Санкт-Петербург (Ленинградская), ул. Гражданская, 9
49.	КолМиФри Групп, ООО	52	Россия, г Санкт-Петербург (Ленинградская), пр. Королева, д.36, лит А, пом.17Н
50.	Совет СПб, ООО	30	Россия, г Санкт-Петербург (Ленинградская), ул. Малая Морская, д.11, оф. 36
51.	Бюро КБ,ООО	30	www.bureaukb.ru
52.	Приматест, СЦ	35	www.primatest.ru
53.	Уралтест, Центр Сертификации	150	Россия, г Санкт-Петербург (Ленинградская), ул. 2-я Советская, 7, оф. 111
54.	Гарант-Сервис, ООО	100	www.garant-vtn.ru
55.	Эксперт Сервис Плюс	58	Россия, г Воронеж (Воронежская), ул. Революции 1905 года, д.82н (офисный центр ГЕРМЕС)
56.	Инвест-групп, ООО	60	г Оренбург, ул. Салмышская, д. 74
57.	Битроника, ООО	45	www.bitronica.com
58.	ПланАрт,ООО	20	Россия, г.Воронеж (Воронежская), ул. Свободы, 69а, БЦ "Капитал", офис 502
59.	Ремешок, ООО	15	www.remeshok66.ru
60.	А-студия	30	Россия, г.Воронеж (Воронежская), ул. Комиссаржевская, 7
61.	Спектр-Нефтегаз ПО, ЗАО	75	www.po-zng.ru
62.	ТЕРЬЕР	35	www.terrier-vtn.ru
63.	Прочистка-НН, ООО	35	www.prochistkann.ru
64.	ПАИП, ООО	40	Россия, г Нижний Новгород (Нижегородская), ул. Глеба Успенского, д. 7
65.	Про медиа Агентство, ООО	60	www.promediagroup.ru
66.	Промимпэкс, ООО	70	www.prom-impex.ru
67.	Росоценка, ООО	60	Россия, г Нижний Новгород (Нижегородская), буль. Мира, 12
68.	RussianCargo, ООО	45	www.russian-cargo.ru
69.	Транссервис-НН, ООО	38	Россия, г Нижний Новгород (Нижегородская), ул. Пискунова, д. 41

70.	ООО "Маркиза"	8	www.markiza.ru
71.	ПТК ЛогРус	25	Россия, г. Архангельск E-mail: arhlogrus@yandex.ru
72.	ООО Бюро Оценки	30	Россия, г. Архангельск (Архангельская), пр. Троицкий, 106, оф. 36
73.	Автоматика-Север, монтажное предприятие	32	Архангельская область, г. Архангельск, Обводный канал проспект, 94 - 2 этаж
74.	Алмаз, частное охрannое предприятие	16	Архангельская область, г. Архангельск, Банный 1-й пер, 2 к1
75.	Архангельское предприятие пассажирских перевозок	60	Архангельская область, г. Архангельск, Урицкого, 47 к1 - 45, 46 офис
76.	ООО Гарант-Сервис-Смоленск	35	www.garant-smolensk.ru
77.	ООО Доверительное управление	70	www.npdu.keytown.com
78.	ООО "ГосСтандартОценка"	65	Смоленская область, Смоленск, Исаковского, дом 4, оф. 204
79.	ИП "Юридический кабинет"	18	Смоленская область, Смоленск, Крупской, дом 34, оф. 5
80.	ООО "ЗРУДИТ-КОНСАЛТ "	26	Смоленская область, Смоленск, Исаковского, дом 22
81.	ООО "Арион"	33	Смоленская область, Смоленск, Воробьева, дом 17, оф. 1-й этаж
82.	ООО "ТЕХНОСАТ-СЕРВИС"	14	Россия, г. Смоленск, ул. Раевского, 2-а
83.	ООО "ЭЛЕКС - С"	20	Смоленская Обл., Г Вязьма, Ул Восстания Д 4 Кв 66
84.	ООО "ТЕЛЕРАДИОТЕХНИКА"	10	214013 , Г Смоленск, Ул Воробьева Д 13

АНАЛИТИЧЕСКАЯ АНКЕТА
«Социальная активность бизнеса в России»

Уважаемые коллеги! Просим Вас ответить на ряд вопросов. При ответе выделяем любым знаком выбранный Вами вариант в соответствующей графе. Анкета носит анонимный характер.

1. Местонахождение Вашей компании (город, район) и организационно-правовая форма

2. К какому виду деятельности относится Ваша компания?

- Промышленное производство (укажите отрасль) _____
- Услуги (укажите сферу) _____
- Торгово-закупочная деятельность
- Другое (укажите) _____

3. Какова численность сотрудников в Вашей компании?

- Менее 50 человек
- От 50 до 100 человек
- От 100 до 500 человек
- Свыше 500 человек

4. Каков объем участия Вашей компании в социально-экономическом развитии региона? При варианте «да» необходимо выбрать соответствующий объем участия.

- не участвует
- участвует, расходуя ежегодно до 5% прибыли
- участвует, расходуя ежегодно от 5% до 10% прибыли
- участвует, расходуя ежегодно свыше 10% прибыли

5. Каковы основные причины участия Вашей компании в социально-экономическом развитии региона?

- это общепринятая практика, так делают другие предприниматели
- причины морального характера (традиции, личные мотивы и ценности)
- причины экономического характера
- внешние причины (давление общества)
- причины политического характера
- прочие причины

6. Каковы цели участия Вашей компании в социально-экономическом развитии региона:

- решение социальных проблем на территории присутствия
- привлечение бизнес-партнеров, укрепление взаимоотношений с ними
- оказание помощи государству, укрепление отношений с органами власти
- укрепление корпоративной культуры
- укрепление репутации компании на рынке товаров / услуг
- повышение долгосрочной устойчивости бизнеса
- другая цель (указать) _____

7. Перечислите социальные программы Вашей компании (или участие в совместных социальных практиках) в период 2016-2020 гг.?

8. Укажите направления осуществляемых Вашей компанией программ:

- развитие местных сообществ
- социальная сфера
- религия и духовное развитие
- экология
- спорт и здоровый образ жизни
- образование
- здравоохранение
- культура и искусство
- развитие предпринимательства
- поддержка и развитие правопорядка
- безопасность жизнедеятельности
- помощь животным
- другие направления (укажите) _____

9. В каких формах Ваша компания реализует практики социально-ответственного поведения?

- Поддержка инициатив сотрудников
- Партнерские программы КСО
- Собственные программы КСО
- Гранты и конкурсы
- Другие формы (укажите) _____

10. Каким образом Ваша компания чаще всего реализует социальные программы?

- Самостоятельно
- Через корпоративный фонд
- Через внешнего оператора

11. Укажите источники финансирования реализуемых Вашей компанией социальных проектов и программ:

- Выручка / прибыль компании
- Продажа специально произведенных товаров / услуг
- Государственная поддержка
- Пожертвования сотрудников
- Софинансирование партнеров
- Другие (укажите) _____

12. Имеется ли в Вашей компании нефинансовая отчетность? Если да, то какая?

- Не имеется
- Имеется комплексная отчетность по тройному итогу
- Имеется социальная отчетность
- Имеется экологическая отчетность
- Имеется отчет по благотворительности

13. Укажите внешние каналы распространения информации о социальных программах и практиках ответственного поведения Вашей компании:

- Корпоративный сайт
- Социальные сети

- Местная пресса
- Телевидение
- Радио
- Не распространяем информацию

14. Занимается ли Ваша компания измерением воздействия социальных программ на информационное поле компании? Если да, то каким образом?

15. Что, по Вашему мнению, сдерживает развитие социальной активности бизнеса в регионе?

- Нежелание некоторых руководителей бизнеса соблюдать принципы социальной ответственности, участвовать в формировании позитивного имиджа бизнеса
- Отсутствие системы привлечения инвесторов для социальных и культурных проектов
- Отсутствие системы учета и привлечения инвестиций бизнеса в социальные программы региона
- Отсутствие местных законов о социальном партнерстве и благотворительности
- Отсутствие системы поощрения социально ответственного бизнеса
- Отсутствие системы оценки обществом результатов социальных и благотворительных программ бизнеса
- Существенные ограничения размеров возможной помощи нуждающимся, детям через родителей и пр. (согласно «Налогового кодекса РФ», Закона «О благотворительной деятельности»)
- Существенные ограничения возможности информирования населения о социальных и благотворительных проектах, о соинвесторах социальных программ и пр. (согласно законам РФ «О СМИ», «О рекламе»)
- Огромное число просьб и обращений о помощи при ограниченности ресурсов
- Другое (укажите) _____

16. Как Вы считаете, может ли сегодня компания быть успешной, осуществляя свою деятельность без внимания к социальным проблемам территории своего присутствия?

- Да, может
- Нет, не может
- Затрудняюсь ответить

СПАСИБО!