

Розанцева А.П.

Государственно-частное партнерство как способ повышения социальной ответственности бизнеса в условиях современной России

Розанцева Алиса Павловна — аспирант, факультет государственного управления, МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, РФ.

E-mail: dailytalk@mail.ru

SPIN-код РИНЦ: [3518-9367](https://elibrary.ru/3518-9367)

Аннотация

В статье исследуются основные теоретические аспекты и важнейшие научные концепции социальной ответственности бизнеса. Аргументирована необходимость повышения социальной ответственности бизнеса в России как важного условия формирования социального государства. Предложена авторская трактовка понятий «социальная ответственность бизнеса» и «государственно-частное партнерство» (ГЧП). Рассмотрены актуальные для России предложения по усилению влияния ГЧП на повышение социальной ответственности бизнеса.

Ключевые слова

Социальная ответственность бизнеса, государственно-частное партнерство, социальное государство.

Проблема социальной ответственности бизнеса занимает умы представителей научного сообщества уже не первое десятилетие. Среди современных зарубежных исследователей данного вопроса следует отметить Г. Боуэна, А. Кэрролла, Е. Гаррига, Д. Меле, А. Окойе и других. Для России в связи с переходным состоянием ее экономики само понятие «социальная ответственность бизнеса» представляется относительно новым, хотя еще в царской России предприниматели активно занимались меценатством и благотворительной деятельностью. Указанная область исследований вызывает интерес у многих отечественных ученых и практиков. Среди них стоит отметить Ю.Е. Благова, Ю.Ю. Петрунина, В.М. Пурлика, Т.М. Стасову, С.П. Перегудова, О.И. Косенко, А.А. Шулуса. Кроме того, некоторые отечественные исследователи (например, М.Ф. Черныш, В.Г. Варнавский, Н.П. Кононкова, В.А. Кабашкин) изучают проблемы взаимодействия государства и бизнеса (в том числе в форме государственно-частного партнерства) с целью разрешения известных социально-экономических проблем, в частности уменьшения чрезмерной социальной дифференциации.

Первые научные труды, посвященные социальной ответственности бизнеса, по мнению ряда ученых, появились в США в конце 20-х — начале 30-х годов XX века. При этом основным научным трудом, в котором была предпринята попытка институционализации социальной ответственности бизнеса, считается труд Г. Боуэна «Социальная ответственность бизнесмена», увидевший свет в 1953 году. По мнению

исследователя, социальная ответственность бизнеса заключается в «реализации той политики, принятии таких решений либо следовании такой линии поведения, которые были бы желательны для целей и ценностей общества»¹. С тех пор многие по-разному ориентированные исследователи (сторонники и противники социальной ответственности бизнеса) способствовали распространению интереса к данной теме. Наиболее ярким противником социальной ответственности бизнеса является Милтон Фридман. В 1970 году он опубликовал в газете *The New York Times* статью, в которой ответственность корпорации, не имеющая отношения к получению дохода для акционеров, была признана «принципиально вредной доктриной»². М. Фридман выступает в защиту того, что «в свободном предпринимательстве, системе частной собственности, корпоративный исполнитель является сотрудником (наемным работником) владельцев бизнеса. Он несет прямую ответственность перед своими работодателями. Эта ответственность заключается в ведении бизнеса в соответствии с их целевыми установками, которые в целом будут заключаться в том, чтобы сделать столько денег, сколько возможно, при согласии с основными правилами общества, как с теми, которые закреплены в законодательстве, так и с теми, которые закреплены в этических традициях»³. Однако в настоящее время всё больше ученых высказываются в защиту социальной ответственности бизнеса.

Примечательно, что в зарубежных источниках чаще употребляется термин «корпоративная социальная ответственность» (КСО), причем, по мнению ученых, изменения в терминологии произошли после выхода упомянутой книги Г. Боуэна. Так, А. Кэрролл отмечает, что первые труды о КСО были посвящены не корпоративной социальной ответственности, а социальной ответственности бизнеса или бизнесмена. Возможно, как считает Кэрролл, это было обусловлено тем, что эпоха известности и доминирования корпораций в бизнес-секторе на тот момент еще не наступила или же это не было выявлено⁴.

¹ Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Высшая школа менеджмента СПбГУ. СПб.: ВШМ СПбГУ, 2010. С. 21.

² Косенко О.И., Шулуз А.А. Социальная ответственность бизнеса: уроки истории, опыт развитых стран и современной России. М.: ИД «АТИСО», 2008. С. 13.

³ Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits // *The New York Times Magazine*. September 13, 1970. URL: http://www.academia.edu/3267140/The_social_responsibility_of_business_is_to_increase_its_profits (28.07.2015).

⁴ Carroll A.B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct // *Business & Society*. 1999. Vol. 38. No 3. P. 268–295. URL: http://www.academia.edu/419517/Corporate_Social_Responsibility_Evolution_of_a_Definitional_Construct (08.11.2014).

Рассмотрим далее основные подходы к исследованию КСО. Так, профессор, директор департамента этики бизнеса в Университете Наварры в Испании Доменек Меле в соавторстве с Элизабет Гаррига выделяют четыре группы подходов к КСО⁵, к которым условно можно отнести основные существующие на сегодняшний день теории корпоративной социальной ответственности:

1. Инструментальные теории рассматривают социальную ответственность бизнеса сугубо как средство (инструмент) для получения хозяйствующими субъектами максимально возможной прибыли. В данной группе выделяются три подгруппы, различающиеся в зависимости от того, какие задачи ставит перед собой бизнес:

а) задачи максимизации текущей акционерной стоимости (ориентация на получение прибыли в краткосрочном периоде);

б) стратегические задачи, направленные на получение устойчивых и перспективных конкурентных преимуществ (предусматривают достижение долгосрочных целей). К данной подгруппе относятся также:

1. Задачи развития социальных инвестиций как фактора повышения конкурентоспособности компании (в качестве примера, как правило, приводят осуществление компанией образовательных программ для студентов за счет собственных средств).

2. Ресурсные задачи, решение которых базируется на тезисе о том, что конкурентное преимущество фирмы зависит от уникального взаимодействия человеческих, организационных и материальных ресурсов компании. При этом ряд исследователей различают социальные и этические (то есть связанные с принятием морально-обоснованных решений) ресурсы как способы повышения конкурентоспособности компании.

3. Стратегические задачи (стратегии) для «нижней части экономической пирамиды». Целью данных стратегий является «превращение бедных в активных потребителей». В качестве примера реализации данного механизма приводят разработку более простого продукта (например, телефона с меньшим количеством опций) по доступной цене с целью достижения конкурентного преимущества на рынке;

⁵ Garriga E., Melé D. Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory // Journal of Business Ethics. 2004. No 53. P. 51. URL: <http://www.environmentalmanager.org/wp-content/uploads/2008/04/csr-theories.pdf> (08.11.2014).

в) Задачи по развитию социально значимого («добродетельного») маркетинга, к которому относится маркетинговая деятельность компании, направленная на увеличение дохода и продаж фирмы с помощью улучшения репутации организации и придания ей имиджа ответственной и честной компании. С нашей точки зрения, в отношении данной подгруппы теорий также применим термин «этическое потребление», поскольку в некоторых зарубежных источниках ученые исследуют способность социально-этического маркетинга оказывать влияние на рост продаж, с одной стороны, и на осведомленность потребителей о социальных практиках компаний и об их влиянии на предпочтение потребителей — с другой. Результаты исследования О. Ууситало и Р. Оксанен показали: «В то время как большинство респондентов рассматривали этику бизнеса как важную составляющую, это отношение не трансформировалось в их выбор как покупателя»⁶. Одной из причин явилось, в частности, то, что некоторые компании использовали понятие «этическое потребление» с целью позиционирования своей продукции в более дорогом ценовом сегменте.

2. Политические теории рассматривают взаимоотношения бизнеса и общества, а точнее, влияние власти бизнеса на общество и общества на бизнес. Условно в этой группе теорий можно выделить два подхода: корпоративный конституционализм и корпоративное гражданство. Наиболее ярким представителем корпоративного конституционализма является К. Дэвис. Еще в 1960-х годах К. Дэвис писал, что бизнес является социальным институтом и обязан использовать свою власть ответственно. Дэвис является противником классической экономической школы, согласно которой бизнес не может вовлекаться в решение социальных проблем, если это не способствует «созданию богатства»⁷. Ученый сформулировал два принципа, по которым бизнес должен управлять своим влиянием на население: «уравнение социальной власти» и «железный закон ответственности». Согласно уравнению социальной власти, ответственность бизнесмена возрастает пропорционально объему власти, которой он обладает. Говоря о железном законе ответственности ученый подразумевал, что в случае неспособности бизнес-структур использовать свою власть ответственно, они будут вынуждены уступить ее другим социальным группам. Дэвис отрицает всеобъемлющую ответственность бизнеса так же, как и идеологию свободного рынка, не приемлющую социальную ответственность совсем. Ограничение

⁶ *Uusitalo O., Oksanen R. Ethical Consumerism: A View from Finland // International Journal of Consumer Studies. 2004. Vol. 28. No 3. P. 214.*

⁷ *Garriga E., Melé D. Op. cit. P. 55–56.*

власти бизнеса достигается благодаря давлению определенных «конституционных групп» (в первую очередь профсоюзов), по аналогии с конституцией, ограничивающей власть государства, чем и обусловлено название рассматриваемого подхода.

Под корпоративным гражданством, как правило, понимают филантропию и социальные инвестиции в местном сообществе, где корпорация осуществляет свою деятельность. Во многом это также связано с попыткой некоторых особенно влиятельных крупных корпораций потеснить наиболее властный институт — государство, а также уменьшить недовольство и протесты населения против глобализации.

Некоторые отечественные исследователи понимают корпоративное гражданство как «модель ответственного общественного поведения компании, нацеленного на ее включение в системное взаимодействие с другими социальными институтами для совместного участия в осуществлении стратегии развития»⁸.

3. Интегративные теории рассматривают, каким образом бизнес интегрирует социальные запросы в свою деятельность. В этих теориях подчеркивается, что существование и процветание бизнеса во многом зависят от общества. При этом содержание социальной ответственности бизнеса обусловлено временем и местом, где бизнес осуществляет свою деятельность. Таким образом, интегративные теории фокусируются на выявлении социальных запросов, отклик на которые позволит бизнесу приобрести лояльность общества и престиж. Примечательно, что к данной группе теорий Меле и Гарига относят и концепцию «управления в интересах заинтересованных сторон». Заинтересованные стороны — это те субъекты, которые оказывают влияние на деятельность компании и в то же время находятся под этим влиянием, то есть сотрудники организации, потребители, акционеры, поставщики, государство и местное сообщество. В некоторых случаях можно встретить другое название — «управление в интересах соучастников». Это также вызвано тем, что компании, придерживающиеся принципов управления в интересах соучастников (в частности в Германии и ряде европейских стран), вовлекают работников в процесс принятия решений. При этом в структуре собственности преобладают крупные

⁸ *Перегудов С.П., Семенов И.С.* Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии. М.: Прогресс-Традиция, 2008. С. 52.

акционеры, которые выступают как стратегические собственники (государство, банки и нефинансовые компании)⁹.

4. Этические теории фокусируются на этических требованиях, укрепляющих взаимоотношения между бизнесом и обществом. По мнению представителей этических теорий, чтобы установить, каким образом должны вести себя корпорации и менеджеры, необходимо определить «нормативное ядро этических принципов». В рамках этических теорий выделяют концепцию универсальных прав (предполагается, что деятельность корпорации должна быть направлена на поддержание экономической, социальной и политической справедливости в регионах ее присутствия и базироваться на Всеобщей декларации прав человека) и устойчивого развития. Как отмечают исследователи, несмотря на то, что концепция устойчивого развития была разработана на макроуровне, она предполагает определенный вклад в реализацию данной концепции и со стороны корпораций. Впервые термин «устойчивое развитие» был употреблен в докладе Всемирной комиссии по окружающей среде и развитию (ООН) в 1987 году: устойчивое развитие подразумевает «удовлетворение потребностей нынешнего поколения, не угрожая способности будущих поколений удовлетворять их собственные потребности»¹⁰. Несмотря на то, что изначально речь шла об окружающей среде, позднее было признано, что устойчивое развитие нельзя рассматривать вне социального контекста.

В настоящее время ученые и практики ищут реальные пути стимулирования и институционализации социальной ответственности бизнеса. По мнению ряда исследователей, в последней четверти XX века произошло «новое осмысление проблем ответственного поведения коммерческих организаций» в рамках новой научной дисциплины «Этика бизнеса»¹¹. Как отмечают эксперты, институционализация сопровождалась созданием соответствующих ассоциаций (Ассоциация этики бизнеса (США), Европейской ассоциации этики бизнеса, Всемирного общества этики бизнеса и экономики), а также ассоциаций корпоративной социальной ответственности (Европейской ассоциации корпоративной социальной ответственности Европы и др.).

⁹ Шевчук А.В. Социальная роль бизнеса в моделях корпоративного управления // SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры. 2005. № 2. С. 19–21.
URL: http://spero.socpol.ru/docs/spero_no2_shevchuk.pdf (08.11.2014).

¹⁰ Генеральная ассамблея. Сорок восьмая сессия. V. Резолюции, принятые по докладам второго комитета. 42/187. Доклад международной комиссии по окружающей среде и развитию. URL: <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/RESOLUTION/GEN/NR0/518/76/IMG/NR051876.pdf?OpenElement> (09.11.2014).

¹¹ Петрунин Ю.Ю., Плакасов Т.О. Корпоративная социальная ответственность в современной России: проблемы институционализации // Вестник Московского университета. Сер. 21. Управление (государство и общество). 2012. № 1. С. 64.

Вышли в свет ряд специализированных журналов, посвященных данной проблеме. В России, как отмечают эксперты, пока не создана общенациональная организация по этике бизнеса (или по корпоративной социальной ответственности), а действия отдельных профессиональных ассоциаций разобщены¹². Однако со стороны бизнес-структур предпринимаются определенные попытки для институционализации социальной ответственности бизнеса. В качестве примера можно привести разработку Российским союзом промышленников и предпринимателей (РСПП) Социальной хартии российского бизнеса, которая является новым форматом «оценки совместного вклада бизнеса и его партнеров в устойчивое развитие страны и социальное благополучие»¹³. Опубликованы специальные сборники и доклады о социально ответственных предпринимателях: сборник «Социально-ответственный бизнес в России — опыт лучших компаний», подготовленный Торгово-промышленной палатой Российской Федерации, а также сборник социальных программ «Корпоративные практики социальной направленности», подготовленный РСПП. В то же время к инициативам, разработанным международной практикой, российский бизнес пока присоединяется неохотно. Так, Билл Гейтс выдвинул предложение о создании системы «созидательного капитализма» (сформулировав пять принципов для ее осуществления), согласно которой целью бизнеса является не только получение прибыли, но и «повышение уровня жизни людей, не способных в полной мере воспользоваться выгодами современных рыночных сил»¹⁴. На фоне общей «социально-этической отсталости» российского бизнеса, в рассматриваемой области имеются отдельные положительные сдвиги. Так, Владимир Потанин первым из российских предпринимателей присоединился к глобальной инициативе Билла Гейтса и Уоррена Баффета — «Клятва дарения» — международной филантропической компании, осуществляющей благотворительные проекты по всему миру¹⁵. Однако, согласно опросам общественного мнения, от 2/3 до 3/4 россиян считают российский крупный бизнес непатриотичным, эгоистичным и коррумпированным и не доверяют ему¹⁶. Представляется, что во многом такая точка зрения сложилась из-за особенностей и

¹² Петрунин Ю.Ю., Плакасов Т.О. Указ. соч. С. 67–68.

¹³ Социальная хартия российского бизнеса // РСПП — Российский союз промышленников и предпринимателей [Официальный сайт]. URL: <http://pcpp.ru/simplepage/474> (09.11.2014).

¹⁴ Петрунин Ю.Ю., Пурлик В.М. Корпоративная социальная ответственность и ее отражение в современных управленческих концепциях // Вестник Московского университета. Сер. 21. Управление (государство и общество). 2012. № 4. С. 31.

¹⁵ Владимир Потанин присоединился к Giving Pledge // Благотворительный фонд В. Потанина [Официальный сайт]. 18.02.2013. URL: <http://www.fondpotanin.ru/novosti/vladimir-potanin-prisoedinilsya-k-giving-pledge-310> (09.11.2014).

¹⁶ Перегудов С.П., Семенов И.С. Указ. соч. С. 252.

условий первоначального накопления капитала в 90-е годы в России. По этой причине, а также в силу существенной социальной дифференциации в России вопрос о социальной ответственности бизнеса стоит особенно остро. Здесь важно отметить, что особо исследуются возможности влияния социальной ответственности бизнеса на уменьшение социальной дифференциации в России, которая, по мнению экспертов, «достигает почти запредельных значений»¹⁷, и на построение социального государства, провозглашенного Конституцией Российской Федерации.

В статье 7 Конституции РФ написано: «Российская Федерация — социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека»¹⁸. В Концепции социального государства Российской Федерации, разработанной Межведомственным творческим коллективом (рассмотренной и одобренной учеными и представителями органов государственной власти), помимо обязанностей государства отдельное внимание уделено социальной ответственности бизнеса (крупного, среднего и малого), которая «заключается в:

- обеспечении выпуска качественной продукции и в борьбе с контрафактной, фальсифицированной продукцией, поддельными продовольственными товарами и лекарственными препаратами, наносящими ущерб здоровью граждан;
- своевременной выплате достойной заработной платы и создании условий для воспроизводства рабочей силы;
- обеспечении охраны и безопасных условий труда работников;
- поддержании уровня занятости, участии в программах переквалификации кадров при ликвидации рабочих мест;
- софинансировании систем профессиональной подготовки кадров и повышения их квалификации;
- своевременном и полном отчислении страховых платежей по программам пенсионного, медицинского и социального страхования;
- адресной поддержке беднейших слоев населения;
- развитию и софинансировании объектов социальной сферы;
- развитию корпоративного профессионального пенсионного страхования;

¹⁷ Черныш М.Ф. Социальная ответственность бизнеса и ее влияние на социальную дифференциацию // Россия реформирующаяся: Ежегодник — 2004 / отв. ред. Л.М. Дробижева. М.: Институт социологии РАН, 2004. С. 80. URL: [http://www.isras.ru/files/File/ezhegodnik/2005/Socialnaya%20otvetstvenn ost.pdf](http://www.isras.ru/files/File/ezhegodnik/2005/Socialnaya%20otvetstvenn%20ost.pdf) (09.11.2014).

¹⁸ Конституция Российской Федерации. Официальный текст с историко-правовым комментарием д.ю.н., проф. Б.А. Страшуна. М.: Норма, 2005. С. 4.

- софинансировании добровольных видов страхования работающих;
- осуществлении социальной поддержки наемных работников (льготные кредиты и ссуды, семейные пособия и т. д.);
- благотворительной деятельности.

Социальная ответственность бизнеса — это его активное участие в финансировании социальной сферы в дополнение к социальным затратам государства¹⁹.

Как отмечает Е.Н. Ведута, «экономика страны должна служить ее людям, социальным потребностям общества»²⁰. С нашей точки зрения, воплотить это в жизнь невозможно без социальной ответственности бизнеса как обязательного условия формирования социального государства. При этом бизнес должен гибко «вписываться» в существующее законодательство и не выходить за пределы нормативно-социального поля.

Российские исследователи дают следующие определения социальной ответственности бизнеса:

А.Н. Аверин определяет социальную ответственность предприятия как «выполнение предприятием законодательно установленных и добровольно принятых социальных обязательств по отношению к персоналу, развитию социально-трудовой сферы предприятия и социальной сферы общества, местного сообщества, на территории которого оно осуществляет свою основную деятельность»²¹.

Торгово-промышленная палата РФ оперирует следующим определением: «Социально ответственная компания — это компания, которая в своей деятельности руководствуется действующим законодательством, этическими и корпоративными нормами, стандартами и правилами, вносит вклад в развитие экономики страны, в том числе улучшает качество жизни своих сотрудников и их семей, местного сообщества и общества в целом»²².

Мы предлагаем понимать под **социальной ответственностью бизнеса осознанное и подтвержденное практикой стремление предпринимателей и работодателей к**

¹⁹ Концепция социального государства Российской Федерации // Учебный портал РУДН. URL: <http://web-local.rudn.ru/web-local/prep/tj/index.php?id=1230&p=30011> (09.11.2014).

²⁰ Ведута Е.Н. Экономика должна быть социальной // Прямые инвестиции. 2010. № 3 (95). С. 58. URL: <http://sberbank.ru/common/img/uploaded/sbjr/10-03/058-060.pdf> (09.06.2014).

²¹ Аверин А.Н. Социальная политика и социальная ответственность предприятия. М.: Альфа-Пресс, 2008. С. 91.

²² О социально-экономическом положении государств-участников СНГ в 2006 году и тенденциях развития на 2007 год: информационно-аналитический доклад / Торгово-промышленная палата РФ; Исполнительный комитет СНГ. М., 2007. С. 257.

неукоснительному соблюдению федерального и регионального законодательства, а также решений местных органов власти, направленных на защиту прав и интересов граждан, гарантированных Конституцией Российской Федерации²³.

Нам представляется предпочтительным употребление более широкого термина «социальная ответственность бизнеса», а не «корпоративная социальная ответственность», поскольку средний и малый бизнес также оказывают влияние на социально-экономические процессы, хотя и в меньшей степени, нежели корпорации.

Можно считать общепринятым набор мер, направленных на повышение социальной ответственности бизнеса:

- популяризация в обществе образа социально ответственного предпринимателя;
- информирование населения о социальных практиках отечественных предпринимателей;
- специальные меры экономического стимулирования социально ответственных предпринимателей (налоговые льготы, ускоренная амортизация и др.);
- повышение роли профсоюзов;
- законодательное регулирование процессов социализации бизнеса;
- взаимодействие государства и бизнеса в рамках ГЧП с целью разрешения социально-экономических проблем и другие меры.

Одной из практикуемых в России форм взаимодействия государства и бизнеса является государственно-частное партнерство (ГЧП). В научной литературе пока не существует однозначного ответа на вопрос о возможности влияния ГЧП на уровень социальной ответственности бизнеса. Поэтому, с нашей точки зрения, он заслуживает пристального внимания. Несмотря на то, что в литературе можно встретить понятие «частно-государственное партнерство» (ЧГП), по нашему мнению, более правильно использование термина «государственно-частное партнерство». Во-первых, прямой перевод с английского (*Public-private partnership*) означает именно «государственно-частное партнерство». Во-вторых, как отмечают некоторые эксперты, в большинстве случаев инициатором проектов ГЧП выступает государство, и возможность использования альтернативного понятия связана с «источником инициативы: сверху —

²³ Розанцева А.П. Кризис в экономике и проблемы управления // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ — 2014» / отв. ред. А.И. Андреев, Е.А. Антипов, М.В. Чистякова. [Электронный ресурс]. М.: МАКС Пресс, 2014.

от государства или снизу — от частного бизнеса»²⁴. В-третьих, «базовые отношения собственности в проектах ГЧП не изменяются»²⁵. Однако в реальности при осуществлении проектов ГЧП в разных сферах трансформация отношений собственности все же может происходить.

Заметим, что в современной России и особенно в условиях интенсивного санкционного давления влияние государства на экономические процессы будет возрастать.

Единого определения государственно-частного партнерства в мировой практике не существует. Всемирный банк, например, определяет ГЧП в наиболее широком смысле как «любые контрактные или юридические отношения между государственными и частными структурами с целью улучшения и / или расширения инфраструктурных услуг, исключая контракты по государственному заказу (государственные закупки)»²⁶. В Европейском союзе под ГЧП понимают различные «формы кооперации между государственными управляющими подразделениями и частным бизнесом, направленные на обеспечение финансирования, строительства, модернизации, управления, эксплуатации инфраструктуры или оказание различных услуг»²⁷.

Российские исследователи приводят разные определения государственно-частного партнерства. М.А. Дерябина определяет ГЧП как «институциональный и организационный альянс государственной власти и частного бизнеса с целью реализации общественно значимых проектов в широком спектре сфер деятельности — от развития стратегически важных отраслей экономики до предоставления общественных услуг в масштабах всей страны или отдельных территорий»²⁸. Государственная корпорация «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)» определяет ГЧП как «привлечение на контрактной основе органами власти частного сектора для более эффективного и качественного исполнения

²⁴ Ченцова М.В. Опыт и перспективы взаимодействия субъектов инновационной экономики (на примере государственно-частного партнерства в космической промышленности) // Государственное управление. Электронный вестник. 2014. № 45. С. 212–225.

URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/45_2014chentsova.htm (07.11.2014).

²⁵ Варнавский В. Место и роль государственно-частного партнерства в системе экономических категорий: попытка системного анализа // Государственно-частное партнерство в условиях кризиса: материалы научно-практической конференции. М.: ИЭ РАН, 2009. С. 30–31.

²⁶ Делмон Дж. Государственно-частное партнерство в инфраструктуре: практическое руководство для органов государственной власти / The World Bank; Казахстанский центр государственно-частного партнерства; Консультативный офис по участию частного сектора в инфраструктуре (PPIAF). 2010. URL: http://www.ppiaf.org/sites/ppiaf.org/files/publication/Jeff%20Delmon_PPP_russian.pdf (09.11.2014).

²⁷ Матвиевская Э.Д. Развитие отношений государственно-частного партнерства в бывших социалистических странах-членах ЕС // Институты и механизмы государственного регулирования экономики: Сборник статей. М.: ИЭ РАН, 2012. С. 240.

²⁸ Дерябина М. Государственно-частное партнерство: теория и практика // Экономический портал Institutiones.Com. URL: <http://institutiones.com/general/1079-gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo.html> (09.11.2014).

задач, относящихся к публичному сектору экономики на условиях компенсации затрат, разделения рисков, обязательств, компетенций»²⁹. Мы предлагаем понимать **государственно-частное партнерство как взаимовыгодное сложение возможностей государственного регулирования и бюджетных отношений с инициативой и инвестиционными интересами крупного бизнеса при осуществлении проектов общегосударственного и социально-политического значения**³⁰.

Научный и практический интерес к ГЧП в России возрастает. Ученые исследуют возможности влияния ГЧП на эффективность управления государственной собственностью, модернизацию инфраструктуры и разрешение многих накопившихся социально-экономических проблем. Нарбатывается практика ГЧП при реализации крупнейших проектов в реальном секторе экономики, среди которых реконструкция и развитие аэропорта Пулково, строительство скоростной автомагистрали Москва — Санкт-Петербург, строительство Юго-Западных очистных сооружений (ЮЗОС) в Санкт-Петербурге и другие проекты. В государственных структурах пока только рассматривается вопрос об использовании ГЧП для развития социальной инфраструктуры, здравоохранения и образования. Не остаются без внимания также военно-промышленный комплекс, космическая отрасль и другие сферы. Однако пока ГЧП используется в России в масштабах, явно не соответствующих ее возможностям. Н.П. Кононкова отмечает следующие проблемы использования механизмов ГЧП:

- «отсутствие четких определений в законодательстве ГЧП как объекта государственного регулирования;
- нормативно-правовые и административные барьеры для развития этого регулирования;
- отсутствие механизмов расходования бюджетных средств в рамках ГЧП;
- сложности урегулирования прав на объекты собственности (в том числе и объекты интеллектуальной собственности), созданной с использованием бюджетных средств»³¹.

В настоящее время в Государственной Думе находится на рассмотрении законопроект «Об основах государственно-частного партнерства в Российской Федерации», который должен способствовать институционализации данной формы

²⁹ Кабашкин В.А. Государственно-частное партнерство как экономическая концепция / Центр ГЧП Внешэкономбанка, 2 декабря 2009 г.

URL: http://www.vsb.ru/common/upload/files/veb/ppp/actions/20091201/c0912_kabashkin1.pdf (09.11.2014).

³⁰ Розанцева А.П. Указ. соч.

³¹ Кононкова Н.П. Управление государственной собственностью в современных условиях // Вестник Московского университета. Сер. 21. Управление (государство и общество). 2010. № 3. С. 73.

взаимодействия государства и бизнеса в России и более широкому распространению ГЧП для решения накопившихся социально-экономических проблем. При этом важно, чтобы ГЧП не превращалось в «конвейер» по приватизации объектов государственной собственности (в настоящее время в законопроекте предусмотрено право перехода собственности от одного субъекта ГЧП к другому).

С нашей точки зрения, ГЧП могло бы содействовать повышению социальной ответственности бизнеса в современной России, поскольку, во-первых, основной целью ГЧП является реализация общественно-значимых проектов, а, следовательно, у государства остаются функции контроля. Во-вторых, ГЧП позволяет учитывать инвестиционные интересы бизнеса и является выгодным для бизнес-структур, в особенности благодаря определенным государственным гарантиям, что способствует укреплению партнерских отношений между государством и бизнесом. В-третьих, при осуществлении проектов ГЧП вопрос прибыли, а значит, и цены для потребителя остается в поле зрения государства и по определению должен носить компромиссный характер. С уверенностью говорить о том, что ГЧП непременно приведет к повышению социальной ответственности бизнеса, пока не представляется возможным. ГЧП может выступать лишь одним из важнейших факторов развития социально ответственного предпринимательства. Наибольший эффект в этом направлении может быть достигнут, когда государство фактически выступает в роли главного предпринимателя и объективного контролера.

Определяя уровень социальной ответственности бизнеса в целом, следует понимать, что критерии оценок в условиях разных секторов экономики не могут совпадать полностью. Одно дело, когда бизнес работает в сфере услуг и ЖКХ, а другое — в сфере производства или строительства. Результаты и восприятие населением в одном случае открывается напрямую, а в иных случаях опосредованно, в частности, через федеральный и региональные бюджеты. Интегрального показателя степени социальной ответственности, как явствует из известных публикаций, не существует, хотя понятие входит в ранг международных общепринятых категорий.

Социальная ответственность бизнеса, по нашему мнению, не может заключаться лишь в получении бизнесом максимально возможной прибыли и увеличении благосостояния акционеров. Кроме того, социальную ответственность бизнеса нельзя сводить к социально-этическому маркетингу и социальным инвестициям, поскольку социальная ответственность является многофакторным понятием, включающим как заботу о сотрудниках организации (добровольное

медицинское страхование, негосударственное пенсионное обеспечение, льготные путевки и т. д.), так и отклик на нужды населения (участие в реконструкции объектов социальной инфраструктуры, благотворительность, финансирование культуры и спорта и т. д.). Бизнес по своей природе не является социально ответственным. Поэтому необходимо совершенствовать законодательство, регулирующие производственные и социально-экономические отношения. Это в сочетании с общественным контролем должно привести к социальной гармонии в интересах всех граждан страны.

Список литературы:

1. *Аверин А.Н.* Социальная политика и социальная ответственность предприятия. М.: Альфа-Пресс, 2008.
2. *Благов Ю.Е.* Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Высшая школа менеджмента СПбГУ. СПб.: ВШМ СПбГУ, 2010.
3. *Варнавский В.* Место и роль государственно-частного партнерства в системе экономических категорий: попытка системного анализа // Государственно-частное партнерство в условиях кризиса: материалы научно-практической конференции. М.: ИЭ РАН, 2009. С. 27–34.
4. *Ведута Е.Н.* Экономика должна быть социальной // Прямые инвестиции. 2010. № 3 (95). С. 58–60. URL: <http://sberbank.ru/common/img/uploaded/sbjr/10-03/058-060.pdf> (09.06.2014).
5. Владимир Потанин присоединился к Giving Pledge // Благотворительный фонд В. Потанина [Официальный сайт]. 18.02.2013. URL: <http://www.fondpotanin.ru/novosti/vladimir-potantin-prisoedinilsya-k-giving-pledge-310> (09.11.2014).
6. Генеральная ассамблея. Сорок восьмая сессия. V. Резолюции, принятые по докладам второго комитета. 42/187. Доклад международной комиссии по окружающей среде и развитию. URL: <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/RESOLUTION/GEN/NR0/518/76/IMG/NR051876.pdf?OpenElement> (09.11.2014).
7. *Делмон Дж.* Государственно-частное партнерство в инфраструктуре: практическое руководство для органов государственной власти / The World Bank; Казахстанский центр государственно-частного партнерства; Консультативный офис по участию частного сектора в инфраструктуре (PPIAF). 2010. URL: http://www.ppiaf.org/sites/ppiaf.org/files/publication/Jeff%20Delmon_PPP_russian.pdf (09.11.2014).

8. *Дерябина М.* Государственно-частное партнерство: теория и практика // Экономический портал Institutiones.Com. URL: <http://institutiones.com/general/1079-gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo.html> (09.11.2014).
9. *Кабашкин В.А.* Государственно-частное партнерство как экономическая концепция / Центр ГЧП Внешэкономбанка, 2 декабря 2009 г. URL: http://www.veb.ru/common/upload/files/veb/ppp/actions/20091201/c0912_kabashkin1.pdf (09.11.2014).
10. *Конюшкова Н.П.* Управление государственной собственностью в современных условиях // Вестник Московского университета. Сер. 21. Управление (государство и общество). 2010. № 3. С. 61–76.
11. Конституция Российской Федерации. Официальный текст с историко-правовым комментарием д.ю.н., проф. Б.А. Страшуна. М.: Норма, 2005.
12. Концепция социального государства Российской Федерации // Учебный портал РУДН. URL: <http://web-local.rudn.ru/web-local/prep/rj/index.php?id=1230&p=30011> (09.11.2014).
13. *Косенко О.И., Шулуз А.А.* Социальная ответственность бизнеса: уроки истории, опыт развитых стран и современной России. М.: ИД «АТИСО», 2008.
14. *Матвиевская Э.Д.* Развитие отношений государственно-частного партнерства в бывших социалистических странах-членах ЕС // Институты и механизмы государственного регулирования экономики: сборник статей. М.: ИЭ РАН, 2012. С. 240–245.
15. О социально-экономическом положении государств-участников СНГ в 2006 году и тенденциях развития на 2007 год: информационно-аналитический доклад / Торгово-промышленная палата РФ; Исполнительный комитет СНГ. М., 2007.
16. *Перегудов С.П., Семенов И.С.* Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии. М.: Прогресс-Традиция, 2008.
17. *Петрунин Ю.Ю., Плакасов Т.О.* Корпоративная социальная ответственность в современной России: проблемы институционализации // Вестник Московского университета. Сер. 21. Управление (государство и общество). 2012. № 1. С. 61–68.
18. *Петрунин Ю.Ю., Пурлик В.М.* Корпоративная социальная ответственность и ее отражение в современных управленческих концепциях // Вестник Московского университета. Сер. 21. Управление (государство и общество). 2012. № 4. С. 19–33.
19. *Розанцева А.П.* Кризис в экономике и проблемы управления // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ — 2014» / отв. ред. А.И. Андреев, Е.А. Антипов, М.В. Чистякова. [Электронный ресурс]. М.: МАКС Пресс, 2014.

20. Социальная хартия российского бизнеса // РСПП — Российский союз промышленников и предпринимателей [Официальный сайт]. URL: <http://pcpp.pf/simple/page/474> (09.11.2014).
21. *Ченцова М.В.* Опыт и перспективы взаимодействия субъектов инновационной экономики (на примере государственно-частного партнерства в космической промышленности) // Государственное управление. Электронный вестник. 2014. № 45. С. 212–225. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/45_2014chentsova.htm (07.11.2014).
22. *Черныш М.Ф.* Социальная ответственность бизнеса и ее влияние на социальную дифференциацию // Россия реформирующаяся: Ежегодник — 2004 / отв. ред. Л.М. Дробижева. М.: Институт социологии РАН, 2004. С. 80–91.
URL: <http://www.isras.ru/files/File/ezhegodnik/2005/Socialnaya%20otvetstvennost.pdf> (09.11.2014).
23. *Шевчук А.В.* Социальная роль бизнеса в моделях корпоративного управления // SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры. 2005. № 2. С. 17–26. URL: http://spero.socpol.ru/docs/spero_no2_shevchuk.pdf (08.11.2014).
24. *Carroll A.B.* Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct // Business & Society. 1999. Vol. 38. No 3. P. 268–295.
URL: http://www.academia.edu/419517/Corporate_Social_Responsibility_Evolution_of_a_Definitional_Construct (08.11.2014).
25. *Friedman M.* The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits // The New York Times Magazine. September 13, 1970. URL: http://www.academia.edu/3267140/The_social_responsibility_of_business_is_to_increase_its_profits (28.07.2015).
26. *Garriga E., Melé D.* Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory // Journal of Business Ethics. 2004. No 53. P. 51–71.
URL: <http://www.environmentalmanager.org/wp-content/uploads/2008/04/csr-theories.pdf> (08.11.2014).
27. *Uusitalo O., Oksanen R.* Ethical Consumerism: A View from Finland // International Journal of Consumer Studies. 2004. Vol. 28. No 3. P. 214–221.

Rozantseva A.P.

Public-private Partnership as an Instrument of Promoting Social Responsibility of Business in Modern Russia

Alisa P. Rozantseva — graduate student, School of Public Administration, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation.
E-mail: dailytalk@mail.ru

Annotation

The aim of this article is to analyze the theories and concepts of social responsibility of business. The article reveals the contribution of social responsibility of business to the welfare state organization in Russia. The author proposes a definition of social responsibility of business and public-private partnership. The article also explores the role of public-private partnership among other measures which may increase the social responsibility of business in modern Russia.

Keywords

Social responsibility of business, public-private partnership, welfare state.

References:

1. Averin A.N. *Sotsial'naiia politika i sotsial'naiia otvetstvennost' predpriiatiia*. Moscow: Al'fa-Press, 2008.
2. Blagov Iu.E. *Korporativnaia sotsial'naiia otvetstvennost': evoliutsiia kontseptsii / Vysshiaia shkola menedzhmenta SPbGU*. Saint Petersburg: VShM SPbGU, 2010.
3. Varnavskii V. Mesto i rol' gosudarstvenno-chastnogo partnerstva v sisteme ekonomicheskikh kategorii: popytka sistemnogo analiza. *Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo v usloviakh krizisa: materialy nauchno-prakticheskoi konferentsii*. Moscow: IE RAN, 2009. Pp. 27–34.
4. Veduta E.N. *Ekonomika dolzhna byt' sotsial'noi. Priamyie investitsii*, 2010, 3 (95), pp. 58–60. URL: <http://sberbank.ru/common/img/uploaded/sbjr/10-03/058-060.pdf> (09.06.2014).
5. Vladimir Potanin prisoeдинilsia k Giving Pledge. *Blagotvoritel'nyi fond V. Potanina* [Ofitsial'nyi sait]. 18.02.2013. URL: <http://www.fondpotanin.ru/novosti/vladimir-potanin-prisoeдинilsya-k-giving-pledge-310> (09.11.2014).
6. *General'naiia assambleia. Sorok vos'maia sessiia. V. Rezoliutsii, priniatie po dokladam vtorogo komiteta. 42/187. Doklad mezhdunarodnoi komissii po okruzhaiushchei srede i razvitiuu*. URL: <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/RESOLUTION/GEN/NR0/518/76/IMG/NR051876.pdf?OpenElement> (09.11.2014).
7. Delmon Dzh. *Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo v infrastrukture: prakticheskoe rukovodstvo dlia organov gosudarstvennoi vlasti / The World Bank; Kazakhstanskii tsentr gosudarstvenno-chastnogo partnerstva; Konsul'tativnyi ofis po uchastiiu chastnogo sektora v infrastrukture (PPIAF)*. 2010. URL: http://www.ppiaf.org/sites/ppiaf.org/files/publication/Jeff%20Delmon_PPP_russian.pdf (09.11.2014).
8. Deriabina M. *Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo: teoriia i praktika. Ekonomicheskii portal Institutiones.Com*. URL: <http://institutiones.com/general/1079-gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo.html> (09.11.2014).
9. Kabashkin V.A. *Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo kak ekonomicheskaiia kontseptsiiia / Tsentri GChP Vneshekonombanka*, 2 dekabria 2009 g. URL: http://www.veb.ru/common/upload/files/veb/ppp/actions/200912_01/c0912_kabashkin1.pdf (09.11.2014).
10. Kononkova N.P. *Upravlenie gosudarstvennoi sobstvennost'iu v sovremennykh usloviakh. Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 21. Upravlenie (gosudarstvo i obshchestvo)*, 2010, 3, pp. 61–76.
11. *Konstitutsiia Rossiiskoi Federatsii*. Ofitsial'nyi tekst s istoriko-pravovym kommentariem d.iu.n., prof. B.A. Strashuna. Moscow: Norma, 2005.

12. Kontseptsiiia sotsial'nogo gosudarstva Rossiiskoi Federatsii. *Uchebnyi portal RUDN*. URL: <http://web-local.rudn.ru/web-local/prep/rj/index.php?id=1230&p=30011> (09.11.2014).
13. Kosenko O.I., Shulus A.A. *Sotsial'naiia otvetstvennost' biznesa: uroki istorii, opyt razvitykh stran i sovremennoi Rossii*. Moscow: ID "ATISO", 2008.
14. Matvievskaia E.D. Razvitie otnoshenii gosudarstvenno-chastnogo partnerstva v byvshikh sotsialisticheskikh stranakh-chlenakh ES. *Instituty i mekhanizmy gosudarstvennogo regulirovaniia ekonomiki: sbornik statei*. Moscow: IE RAN, 2012. Pp. 240–245.
15. *O sotsial'no-ekonomicheskom polozenii gosudarstv-uchastnikov SNG v 2006 godu i tendentsiiakh razvitiia na 2007 god: informatsionno-analiticheskii doklad* / Torgovo-promyshlennaia palata RF; Iсполnitel'nyi komitet SNG. Moscow, 2007.
16. Peregudov S.P., Semenenko I.S. *Korporativnoe grazhdanstvo: kontseptsii, mirovaia praktika i rossiiskie realii*. Moscow: Progress-Traditsiia, 2008.
17. Petrunin Iu.Iu., Plakasov T.O. Korporativnaia sotsial'naiia otvetstvennost' v sovremennoi Rossii: problemy institutsionalizatsii. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 21. Upravlenie (gosudarstvo i obshchestvo)*, 2012, 1, pp. 61–68.
18. Petrunin Iu.Iu., Purlik V.M. Korporativnaia sotsial'naiia otvetstvennost' i ee otrazhenie v sovremennykh upravlencheskikh kontseptsiiakh. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 21. Upravlenie (gosudarstvo i obshchestvo)*, 2012, 4, pp. 19–33.
19. Rozantseva A.P. Krizis v ekonomike i problemy upravleniia. *Materialy Mezhdunarodnogo molodezhnogo nauchnogo foruma "LOMONOSOV — 2014"* / otv. red. A.I. Andreev, E.A. Antipov, M.V. Chistiakova. [Elektronnyi resurs]. Moscow: MAKS Press, 2014.
20. Sotsial'naiia khartiia rossiiskogo biznesa. *RSPP — Rossiiskii soiuz promyshlennikov i predprinimatelei* [Ofitsial'nyi sait]. URL: <http://rspp.rf/simplepage/474> (09.11.2014).
21. Chentsova M.V. Opyt i perspektivy vzaimodeistviia sub'ektov innovatsionnoi ekonomiki (na primere gosudarstvenno-chastnogo partnerstva v kosmicheskoi promyshlennosti). *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik*, 2014, 45, pp. 212–225. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/45_2014chentsova.htm (07.11.2014).
22. Chernysh M.F. Sotsial'naiia otvetstvennost' biznesa i ee vliianie na sotsial'nuiu differentsiatsiiu. *Rossiiia reformiruiushchiasia: Ezhegodnik — 2004* / otv. red. L.M. Drobizheva. Moscow: Institut sotsiologii RAN, 2004. Pp. 80–91. URL: <http://www.isras.ru/files/File/ezhegodnik/2005/Socialnaya%20otvetstvennost.pdf> (09.11.2014).
23. Shevchuk A.V. Sotsial'naiia rol' biznesa v modeliakh korporativnogo upravleniia. *SPERO. Sotsial'naiia politika: ekspertiza, rekomendatsii, obzory*, 2005, 2, pp. 17–26. URL: http://spero.socpol.ru/docs/spero_no2_shevchuk.pdf (08.11.2014).
24. Carroll A.B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 1999, vol. 38, no 3, pp. 268–295. URL: http://www.academia.edu/419517/Corporate_Social_Responsibility_Evolution_of_a_Definitional_Construct (08.11.2014).
25. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*, September 13, 1970. URL: http://www.academia.edu/3267140/The_social_responsibility_of_buiness_is_to_increase_its_profits (28.07.2015).

26. Garriga E., Melé D. Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 2004, 53, pp. 51–71. URL: <http://www.environmentalmanager.org/wp-content/uploads/2008/04/csr-theories.pdf> (08.11.2014).
27. Uusitalo O., Oksanen R. Ethical Consumerism: A View from Finland. *International Journal of Consumer Studies*, 2004, vol. 28, no 3, pp. 214–221.