

Детерминанты государственного регулирования социальной ответственности бизнеса в развитии уровня качества жизни населения

© 2012 Е.В. Фахрутдинова

доктор экономических наук, профессор

Казанский (Приволжский) федеральный университет

E-mail: efahr@mail.ru

Рассматриваются взаимодействие бизнеса и власти в части повышения качества жизни населения, проблемы социальной ответственности бизнеса и схема взаимодействия власти с бизнес-сообществом.

Ключевые слова: качество жизни населения, бизнес, власть, социальная ответственность бизнеса.

Тема социальной ответственности бизнеса в развитии качества жизни населения в последние годы приобретает все более частое и важное звучание в деловых и научных кругах России.

Идея социального вклада бизнеса в устойчивое развитие нашего общества и повышение качества жизни населения как необходимого элемента цивилизованного ведения бизнеса и корпоративной культуры активно поддерживается бизнес-сообществом и государственными структурами. Заметно широко это направление в корпоративном управлении представлено в практике крупного российского бизнеса, однако в последнее время растет число малых и средних предприятий, реализующих концепцию (или ее элементы) социальной ответственности бизнеса¹.

Распространение социальной ответственности в российском бизнес-сообществе вполне соответствует общемировым тенденциям и определяет основные направления масштабов социальных инвестиций. Выход стратегических отраслей из глубокой депрессии, стремление к инновационному развитию, осуществление правительством национальных проектов в социальной сфере с целью повышения качества жизни населения подтверждают необходимость исследования условий развития и форм реализации социальной ответственности бизнеса.

Сегодня в России отсутствуют общепринятые стандарты и модели социальной ответственности бизнеса, что обуславливает высокую вариативность корпоративных форм социальной активности. Данное обстоятельство заставляет предпринимать все новые шаги в направлении научного осмысления социальной ответственности бизнеса в повышении качества жизни населения, учитывая, что большинство отечественных исследований имеют определенные особенности. Во-первых, объектом исследования прежде

всего становятся крупнейшие публичные компании, действующие на международных рынках. Во-вторых, большинство отечественных ученых пытаются “наложить” принятые на Западе аналитические схемы на российскую действительность, не соотносясь с существующими реалиями и особенностями нашего развития. В-третьих, практически отсутствует информация о том, каким образом политика социальной ответственности интегрируется в общую бизнес-стратегию российских предприятий, а имеющаяся информация носит разрозненный и труднодоступный для исследователей характер. Таким образом, актуальность изучения институциональных основ формирования социальной ответственности бизнеса в развитии качества жизни населения связана с необходимостью дальнейшего обоснования концепции социальной ответственности в целях объединения усилий государства, бизнеса и гражданского общества для решения ключевых социально-экономических проблем страны и устойчивого развития российских компаний.

Согласно исследованиям казанских ученых Ш.М. Валитова и В.А. Мальгина процесс взаимодействия бизнеса и власти достаточно динамичен. Его характер меняется вместе с изменениями институциональной структуры общества и представляет собой конкретные формы взаимоотношений, складывающихся между обществом в лице конкретных субъектов государственной власти и субъектами бизнеса, выступающими движущей силой рыночного хозяйства. При этом институциональные преобразования складываются в прогрессивные направления развития общества, экономики только в том случае, если проводимые институциональные реформы осуществляются в органической взаимосвязи с потребностями общества. В противном случае зарождающиеся институты будут лишь обезли-

ченным механизмом, не имеющим конкретных задач реализации своих интересов².

По мнению Ш.М. Валитова и В.А. Мальгина, в настоящее время государство достаточно жестко сформировало требование “социальной ответственности”³. Российская власть понимает социальную ответственность как своеобразное “отступное” за приватизацию, в ходе которой государственная собственность за бесценно была передана новым владельцам. Многие российские корпорации уже начали постепенно внедрять принципы социальной ответственности в свою производственно-хозяйственную деятельность. Однако чаще всего они используют их исключительно в своих личных интересах, а не в интересах общества. Но имеется уже немало компаний, которые осознали эффективность системной социальной политики. Наиболее крупные из них расходуют на социальные цели до 17 % прибыли⁴.

Авторы монографии “Взаимодействие власти и бизнеса: сущность, новые формы и тенденции, социальная ответственность”⁵ считают, что социальная ответственность российских предприятий чаще всего формализована. Социальные вопросы фиксируются в трудовых соглашениях, которые заключаются между профсоюзами и руководством. В качестве приоритетов предприятия обычно выбирают образовательные программы, воспроизводство рабочей силы, поддержку пенсионеров и детей работников. Например, на развитие персонала крупные российские компании расходуют, по данным Ассоциации менеджеров, до 60 % социального бюджета⁶. Разветвленная система профессионального образования имеется у предприятий, входящих в компанию “Лукойл” и работающих на территории Пермского края.

Тем не менее, в России концепция социальной ответственности бизнеса в повышении качества жизни населения воспринята еще незначительным числом компаний. Об этом говорят данные социологического обследования, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в 40 субъектах Российской Федерации⁷. Основными его целями были выявление общественного мнения по поводу социальной роли крупного и среднего бизнеса, оценок общественных ожиданий в области социальной ответственности бизнеса, определение глобальных тенденций и национальной специфики социальной ответственности предпринимательства. По данным обследования, приведенным в монографии Ш.М. Валитова и В.А. Мальгина⁸, только 2 % предпринимателей смогли уверенно заявить, что уровень социальной ответственности бизнеса высок, тогда как

31 % считают его очень низким или близким к этому. Оценки гражданами уровня социальной ответственности бизнеса отличаются от его собственных оценок еще большей критичностью. Так, скептиков, считающих этот уровень очень низким (на уровне 1 балла), среди населения оказалось в 2,5 раза больше, чем среди предпринимателей (23 и 9 %, соответственно). Средний балл оценок предпринимателей составляет 3,01, россиян в целом – 2,46 (по 7-балльной шкале)⁹.

По мнению Д.Н. Демченко, рыночная трансформация российской экономики обусловила снятие с приватизированных предприятий многих социальных функций через приватизацию жилья, передачу муниципалитетам объектов социальной инфраструктуры, что привело к характерной для капитализма начала XX в. полной социальной безответственности бизнеса¹⁰. Однако с середины 1990-х гг. в развитых странах произошла реконфигурация государства благосостояния, основанная на кардинальной перестройке взаимоотношений трех субъектов – государства, гражданского общества и бизнеса – в социальной области. Эти парадигмальные сдвиги детерминировали развитие социальных функций крупного бизнеса, превратившегося из пассивного донора социальных программ в равноправного партнера государства в социальной сфере. Выход российского общества из системного трансформационного кризиса в условиях сформировавшихся рыночных механизмов обеспечения интересов граждан создал материальные предпосылки для решения отложенных практически на полтора десятилетия социальных проблем. Этому способствовала также благоприятная конъюнктура мировых рынков, позволившая перейти к практическим шагам в реализации приоритетных национальных проектов в важнейших социальных сферах – здравоохранении, образовании, жилье и сельском хозяйстве, которые “определяют качество жизни людей и социальное самочувствие общества”¹¹. Однако эти инициативы государства должны поддерживаться конструктивной, соответствующей современным требованиям, социальной политикой бизнеса, которая предполагает усиление социальной ответственности бизнеса в повышении качества жизни населения.

Д.Н. Демченко анализирует требующие институализации и дальнейшего развития ключевые механизмы согласования интересов государства, бизнеса и общества – лоббирование, социальное и государственно-частное партнерство¹² (рис. 1).

По мнению ученого, институализация лоббизма в рамках специальных, лоббирующих ин-

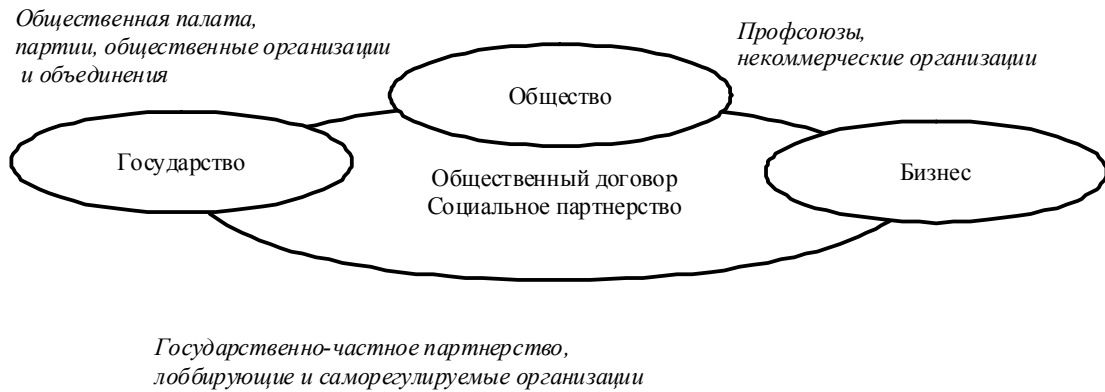


Рис. 1. Институты взаимодействия государства, общества и бизнеса

Источник. Демченко Д.Н. Взаимодействие государства и бизнеса: принципы, инструменты, институциональная трансформация в посткризисной экономике : дис. ... канд. экон. наук. Ростов н/Д, 2005. С. 21.

тересы бизнеса в органах власти организаций позволяет обеспечить баланс противоречивых интересов в обществе, отобразив в нормах закона компромиссное, согласованное решение¹³. Однако связь групповых экономических интересов с правительством через неформальную систему лоббизма ведет к расширению коррупции и доминированию частных интересов групп чиновников с рентоориентированным поведением. Чем значительнее институты государства мотивируются частно-групповыми интересами, тем в меньшей мере экономическая политика отражает интересы гражданского общества. Коалиции групповых интересов, связанные с институтами власти, не нацелены на проведение эффективной экономической и социальной политики. Институционализация социального партнерства осуществляется на основе отработки процедур согласования интересов и общих целей общества, власти и бизнеса в рамках правового поля, принятия организационно-правовых и политических норм, гармонизирующих интересы участников этих отношений при четкой самоидентификации ими общности целей и потребности в социальном партнерстве для их достижения. Формирующиеся в России механизмы социального партнерства выступают в качестве амортизаторов социальной напряженности, предотвращающих открытую конфронтацию бизнеса и власти. В ходе институционализации процедур социального партнерства обеспечивается четкая идентификация интересов и прав социальных, корпоративных и региональных групп, формирование адекватных им институтов представительства, правовой базы, наработка практики коллективно-договорного регулирования и выработка правил игры в целом.

Как считает Д.Н. Демченко, формирующийся в России механизм взаимодействия государства и бизнеса включает принципы, инструменты и

институты, обеспечивающие консолидацию усилий государства и частного капитала на институциональной основе соответствующих государственных программ развития приоритетных отраслей, депрессивных регионов, реализации инфраструктурных и общенациональных проектов¹⁴.

В ходе исследования проблемы влияния институциональных преобразований на характер взаимодействия бизнеса и власти Ш.М. Валитов и В.А. Мальгин¹⁵ исходят из того, что любая социально-экономическая система вырабатывает свои институциональные рамки, определяющие характер и формы взаимодействия экономических агентов вообще и государственной власти и бизнеса в частности. Сформировавшиеся институциональные рамки (институциональная структура) позволяют с достаточно большой степенью вероятности предсказать конечный результат того или иного взаимодействия и, как следствие этого, свидетельствовать об эффективности выбранного взаимодействия.

Институциональная среда взаимодействия властных и предпринимательских структур, по мнению ученых, включает в себя всю совокупность формальных и неформальных норм и правил, обеспечивающих координацию хозяйственной деятельности субъектов¹⁶. Действующая в настоящее время институциональная структура в России не способствует оптимальному перераспределению собственности с точки зрения повышения эффективности хозяйственной системы, а скорее, наоборот, создает прецедент для коррупционного передела ее постприватизационной структуры методами силовой реакции. Это снижает активность субъектов и мешает выстраивать эффективность механизма взаимодействия с органами власти¹⁷.

По мнению Е.С. Бакановой, социальная ответственность бизнеса - это категория, связанная с институциональной средой, в которой бизнес-

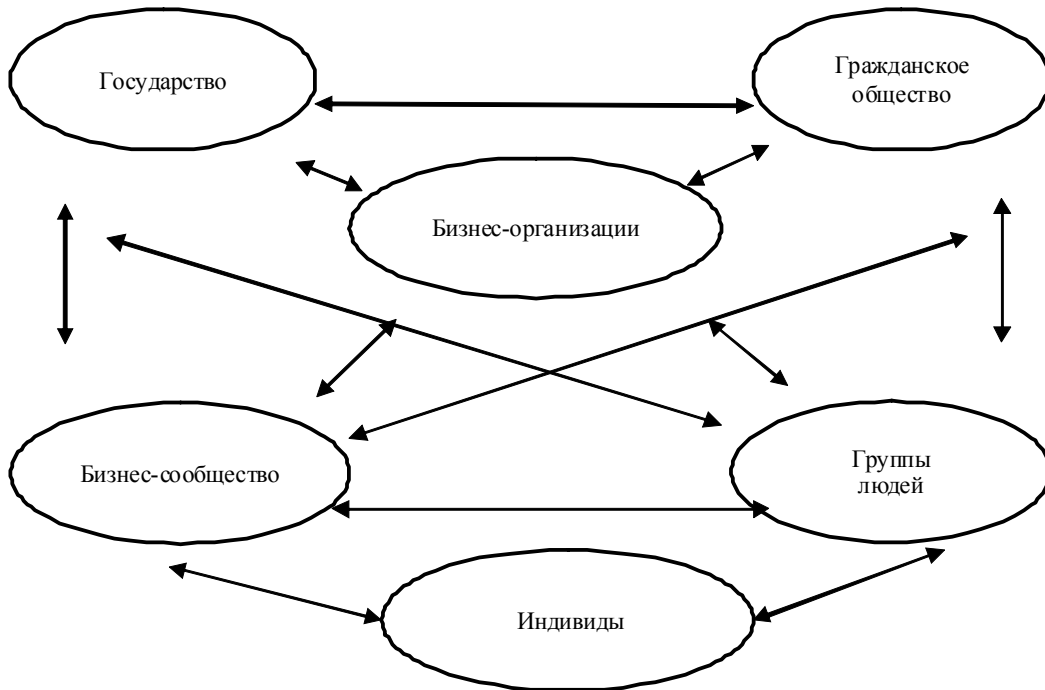


Рис. 2. Социальная ответственность бизнеса

Источник. Баканова Е.С. Институциональные основы формирования социальной ответственности бизнеса в экономике России : автореф. дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2007. С. 9.

сообщество в целом и отдельные бизнес-организации осуществляют свою деятельность (рис. 2)¹⁸. По мнению автора, социальная ответственность бизнеса выступает как условие комплементарности институтов и факторов институционального равновесия в сфере социальной политики. Е.С. Баканова считает, что социальная ответственность бизнеса - это совокупность институционально-экономических, финансово-экономических и социально-экономических отношений, складывающихся между государством, гражданским обществом и бизнесом в процессе их взаимодействия по поводу формирования и реализации социальной политики¹⁹. Отсюда, исследователь делает вывод, что социальная ответственность бизнеса имеет многоуровневый характер. Можно обозначить три основных уровня. Первый следует рассматривать как предпосылку социально ответственного поведения (регулярная выплата заработной платы, соблюдение норм трудового законодательства, своевременное внесение в бюджет установленных налоговых платежей и т.п.). Второй уровень она связывает с развитием внутрифирменных отношений партнерства и предполагает непосредственный учет социально-экономических интересов коллектива предприятия на основе переговорного процесса. В дополнение к перечисленным выше базовым обязательствам этот уровень обеспечивает предоставление работникам социального пакета и

реализацию социальных гарантий. Третий уровень, по Е.С. Бакановой, охватывает социальные программы и проекты, сфера действия которых выходит за внутрифирменные рамки. Объектом социальной ответственности в данном случае выступает население территории размещения бизнеса. Сюда относятся направления деятельности, имеющие целью создание благоприятных социально-экономических условий бизнеса, а также участие компании в региональных и государственных программах (национальных проектах). По мнению Е.С. Бакановой, наиболее отчетливо социальная ответственность бизнеса выражается в формировании и реализации корпоративных социальных программ, актуальность которых в современных условиях обусловлена рядом причин²⁰. Во-первых, в российском деловом сообществе распространяется понимание того, что конкурировать на рынке труда можно не только по уровню заработной платы, но и по объему и содержанию корпоративных социальных программ. Во-вторых, проблема реализации программ социальной ответственности в российских компаниях возникает в связи с угрозой дефицита рабочей силы, с необходимостью привлечения и закрепления квалифицированного персонала, омоложения кадрового потенциала. В-третьих, для новых компаний частного сектора, созданных 5-7 лет назад, появилась потребность в интенсификации внутрифирменных отношений, формировании корпоративной культуры и имиджа.

По мнению О.В. Даниловой социальная ответственность бизнеса за результаты своей деятельности является следствием эволюции в рамках современного рыночного хозяйства, когда социально-экономическая эффективность достигается вложениями в человеческий капитал, трансформирующийся в конечном итоге в его интеллектуальную форму²¹. Формат гражданского общества, ориентированный не на сиюминутную выгоду, а на долгосрочный экономический эффект, приводит к тому, что в условиях углубления рыночных отношений растут трансакционные издержки, минимизация которых возможна только через развитие различных форм социальной ответственности бизнеса.

Таким образом, социальная ответственность бизнеса - это категория, связанная с институциональной средой, в которой бизнес-сообщество в целом и отдельные бизнес-организации осуществляют свою деятельность (см. рис. 2). По мнению Е.С. Бакановой, социальная ответственность бизнеса выступает как условие комплементарности институтов и фактор институционального равновесия в сфере социальной политики²².

О.В. Даниловой предложена авторская интерпретация становления институтов социальной ответственности²³:

- выдвинута и доказана гипотеза о том, что процесс социального инвестирования может быть эффективным только в партнерской системе бизнес-отношений;
- установлено, что гибкая система институтов способствует повышению мотивации социально ответственной деятельности бизнеса при решении им первоочередных задач в рамках общей стратегии управления национальной экономикой;
- обоснована институционализация социального инвестирования, обеспечивающая возможность концентрации интеллектуального потенциала страны для усиления его воздействия на динамику экономического роста.

Способность бизнеса осознавать последствия своих действий для устойчивого развития возникает как результат совершенствования основного ресурса - человеческого капитала. Человек стремится к утверждению самооценки личности, а эффективное развитие постиндустриальной экономики позволяет решить эту проблему, так как созданы экономические условия для развития всех отраслей социальной сферы: образования, здравоохранения, культуры, науки, искусства, спорта. В мировом производстве за период 1945-1973 гг. произошел беспрецедентный бум, сопровождавшийся высокими темпами роста. Средний ежегодный темп роста ВВП в раз-

витых странах с 1950 по 1973 г. составлял 4,9 %, в то время как в период с 1913 по 1950 г. - 1,9 %²⁴.

Концепция социальной ответственности бизнеса, основой которой было утверждение, что единственной целью бизнеса является получение прибыли, а ответственность бизнеса перед обществом заключается в ее увеличении для своих акционеров, возникла в 70-х гг. прошлого века. Эта точка зрения была "озвучена" Милтоном Фридменом²⁵ в 1970 г. и названа теорией корпоративного эгоизма. Вторая точка зрения, прямо противоположная теории М. Фридмена, называется "теория корпоративного альтруизма" и заключается в рекомендациях корпорациям "вносить значительный вклад в улучшение качества американской жизни"²⁶.

Казанские экономисты Ш.М. Валитов и В.А. Мальгин считают, что по мере развития и повышения качества институциональных преобразований в стране заинтересованность власти и предпринимательства в установлении правил игры, соответствующих уровню экономического роста, будет усиливаться. Этому должны способствовать как макроэкономические процессы в стране и внутренние механизмы саморазвития бизнеса, так и все большее его вхождение в мировую экономику. Особенно эффективно взаимодействие государства и бизнеса осуществляется тогда, когда оно реализуется во всевозможных формах социального партнерства. Таковыми, по мнению Ш.М. Валитова и В.А. Мальгина, могут выступать: государственные заказы на производство товаров и оказание услуг, осуществляемые в рамках государственной конкурентной системы; аренда государственной собственности; совместное (смешанное) государственно-частное предпринимательство; участие малого и среднего предпринимательства в разнообразных инвестиционных, научно-технических проектах государственного и муниципального значения.

Формы и методы, используемые властью и бизнесом по дальнейшей оптимизации их взаимодействия, могут быть разные. Они должны обязательно учитывать уровень социально-экономического развития страны, региональные особенности, состояние нормативно-правовой базы и т.п.²⁷ (см. таблицу).

По мнению авторов вышеприведенного исследования, в России практически невозможно обеспечить весь комплекс мер по развитию бизнеса только со стороны федеральных властей²⁸. Об этом свидетельствует и опыт промышленно развитых стран, где за последние 30-40 лет сформировался достаточно эффективный, многоуровневый (федеральный, региональный, отраслевой,

Схема взаимодействия власти с бизнес-сообществом*

Формы и методы взаимодействия власти с бизнес-сообществом	Результаты взаимодействия
Участие бизнес-сообщества в работе, проводимой министерствами экономики, торговли, внешнеэкономических связей и др. Обмен планами работ на регулярной основе, участие в презентационных и рабочих мероприятиях	Согласованные действия по всестороннему содействию развитию бизнеса
Проведение процедуры общественной экспертизы проектов нормативных правовых актов	Равноправное участие бизнеса в законотворческой деятельности органов власти, соблюдение прав и законных интересов предпринимателей при принятии решений
Участие представителей бизнес-сообщества в работе региональных комиссий, советов, рабочих групп	Практическое взаимодействие органов власти и бизнес-сообщества; консолидация интересов для выработки предложений по основным направлениям работы; участие в реализации экономической политики региона
Совместная работа по реализации соглашений между администрацией региона и профсоюзами	Выравнивание уровня заработной платы на малых предприятиях, увеличение количества рабочих мест, соблюдение работодателями норм трудового законодательства, охраны труда
Заключение соглашений между отраслевыми министерствами и общественными объединениями предпринимателей	Объединение усилий и координация действий, направленных на развитие всех сфер экономики и региона
Проведение встреч с предпринимателями, совещаний, конференций, форумов, выезды в муниципальные образования и т.д.	Непосредственные контакты представителей органов власти с широким кругом предпринимателей, совместное обсуждение проблем
Сопровождение проектов субъектов малого предпринимательства	Стимулирование инвестиционных процессов, создание новых рабочих мест, увеличение поступлений в бюджет
Организация работы по снятию напряженности в предпринимательской среде, связанной с излишним администрированием	Организация работы телефонов "горячей линии", оказание консультаций предпринимателям. Принятие соответствующих мер на основе непосредственных обращений предпринимателей
Совместная работа по повышению образовательного уровня предпринимателей. Разработка и реализация программ подготовки управленческих кадров для сферы малого бизнеса. Проведение семинаров по вопросам налогообложения, кредитования, бухгалтерского учета, государственной поддержки малого бизнеса, вопросам землепользования и пр.	Объединение усилий по подготовке и повышению квалификации кадрового состава бизнеса
Проведение профессиональных и рейтинговых конкурсов	Развитие предпринимательской инициативы, повышение общественной значимости предпринимательской деятельности, выявление и поощрение лучших субъектов малого бизнеса
Совместная работа по информационному обеспечению предпринимателей. Осуществляется путем еженедельного освещения вопросов развития бизнеса в СМИ, ежедневного размещения информации на сайте. Издание методической литературы, использование возможностей библиотечно-информационных центров	Широкомасштабное информирование предпринимательского сообщества о формах государственной поддержки, повышение правовой грамотности предпринимательских кругов
Совместная работа по развитию межрегионального и международного сотрудничества с целью поддержки организаций, занимающихся продвижением продукции местных производителей, деловых кругов с международными организациями	Расширение рынков сбыта продукции местных товаропроизводителей, налаживание и развитие внешнеэкономических связей, внедрение передовых технологий, обмен опытом
Проведение выставочно-ярмарочных мероприятий	Популяризация и продвижение товаров местных производителей, увеличение объемов продаж и рынка сбыта

* Валитов Ш.М., Мальгин В.А. Взаимодействие власти и бизнеса: сущность, новые формы и тенденции, социальная ответственность / Казан. гос. фин.-экон. ин-т. М., 2009. С. 143-144.

муниципальный) механизм взаимодействия государственных властных и предпринимательских структур. Взаимодействие государства и бизнеса должно осуществляться на долгосрочной и взаимовыгодной основе. Роль государства состоит в создании равных благоприятных условий для эффективного развития бизнеса в различных формах и для повышения качества жизни населения со стороны и бизнеса, и самого населения. Наряду с этим бизнес должен оказывать государству содействие в решении задач социально-экономического развития страны в целом и в повышении качества жизни населения в частности, в том числе в создании новых рабочих мест, финансировании социальных программ, программах развития приоритетных отраслей и сфер экономики, своевременной и полной уплаты налогов и т.д.²⁹

Нами разработано авторское понятие социально ответственного бизнеса как деятельности, обусловленной:

- потребностями общества и вступающей в противоречие с экономической эффективностью осуществляемой деятельности;
- заинтересованностью в социальном инвестировании ввиду ограничения использования материальных факторов производства, тогда как возможности человеческих ресурсов безграничны.

В современных условиях рыночной экономики в России одним из приоритетных направлений осуществления государственного регулирования является качество жизни населения. Остается высокой дифференциация населения по уровню доходов, которая связана, в первую очередь, с низким уровнем дохода у малообеспеченных групп населения, низким уровнем социальных гарантий, значительная часть которых ниже величины прожиточного минимума³⁰. Известно, что качество жизни населения – категория многоаспектная, включающая такие элементы, как продолжительность жизни, образование, обеспеченность жильем, питание, экология, безопасность, качество трудовой жизни³¹. В решении сложившихся проблем основная роль возлагается на государство, которое выражает интересы своих граждан, разрабатывает и принимает меры по преодолению противоречий между социальной справедливостью и эффективностью рыночного хозяйства. Деятельность государства по удовлетворению социальных потребностей людей в современных экономических условиях представляется как его социальная политика. Социальную политику мы определяем как деятельность государства и других общественных институтов, направленную на прогрессивное раз-

витие социальной сферы, совершенствование условий, образа и качества жизни людей, на обеспечение части их жизненных потребностей, оказание гражданам необходимой социальной поддержки, помощи и защиты³².

Необходимо отметить, что в ряду субъектов социальной политики ключевая роль принадлежит именно государству, поскольку другие частные субъекты государственной социальной политики выступают как институты достижения поставленных государством целей и функционируют в рамках, заданных государством. Иными словами, государство для достижения своих целей действует через многих субъектов различных видов деятельности, которые могут считаться субъектами государственной политики по повышению качества жизни населения в той мере, в которой они обеспечивают поставленные государством социальные цели. В связи с этим актуальным становится вопрос государственного регулирования качества жизни населения, поскольку, с одной стороны, государство выступает защитником прав, интересов народа, с другой стороны, способствует развитию экономики страны через создание условий для бизнеса, привлечение иностранных инвестиций, поддержку отечественных товаропроизводителей в целях повышения уровня и качества жизни населения.

¹ Валитов Ш.М., Мальгин В.А. Взаимодействие власти и бизнеса: сущность, новые формы и тенденции, социальная ответственность / Казан. гос. фин.-экон. ин-т. М., 2009. С. 122-124.

² Там же. С. 130.

³ Там же. С. 182.

⁴ Зудин А. Взаимоотношение крупного бизнеса и власти при В. Путине и их влияние на ситуацию в российских регионах // Региональная элита в современной России. М., 2005. С. 37-65.

⁵ Валитов Ш.М., Мальгин В.А. Указ. соч. С. 183.

⁶ Информационная открытость социальной политики российских компаний. М., 2004. С. 22.

⁷ Нижегородский бизнес-журнал. URL: <http://www.business-magazine.ru/novgorod/news/2008/02/28/296767>.

⁸ Валитов Ш.М., Мальгин В.А. Указ. соч. С. 183.

⁹ Социальная ответственность бизнеса: взгляд предпринимателей и наемных работников. Пресс-выпуск ВЦИОМ от 26 февр. 2008 г. □ 884. URL: <http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv>.

¹⁰ Демченко Д.Н. Взаимодействие государства и бизнеса: принципы, инструменты, институциональная трансформация в посткризисной экономике : дис. ... канд. экон. наук. Ростов н/Д, 2005. С. 3.

¹¹ Путин В.В. Это курс на инвестиции в человека и в будущее России // Рос. газ. 2005. 8 сент. С. 2.

¹² Демченко Д.Н. Указ. соч. С. 21.

¹³ Там же. С. 21, 22.

- ¹⁴ Там же. С. 22.
- ¹⁵ *Валитов Ш.М., Мальгин В.А.* Указ. соч. С. 130.
- ¹⁶ Там же. С. 13.
- ¹⁷ Там же.
- ¹⁸ *Баканова Е.С.* Институциональные основы формирования социальной ответственности бизнеса в экономике России : автореф. дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2007. С. 9.
- ¹⁹ Там же.
- ²⁰ *Баканова Е.С.* Указ. соч. С. 10.
- ²¹ *Данилова О.В.* Социальная ответственность бизнеса в системе рыночного хозяйства (теоретико-методологический аспект) : автореф. дис. ... д-ра экон. наук. М., 2009. С. 10.
- ²² *Баканова Е.С.* Указ. соч. С. 9.
- ²³ *Данилова О.В.* Указ. соч. С. 16.
- ²⁴ Там же. С. 22.
- ²⁵ *Friedman M.* The social responsibility of business is to make profit // The New York Times magazine. 1970, 1970. P. 3.
- ²⁶ *Туркин С.* Зачем бизнесу социальная ответственность? // Управление компанией. 2004. □ 7. С. 34.
- ²⁷ *Валитов Ш.М., Мальгин В.А.* Указ. соч. С. 143-144.
- ²⁸ Там же. С. 145-146.
- ²⁹ Там же.
- ³⁰ *Фахрутдинова Е.В., Хуснутдинова Л.М., Малышев А.Л.* Социальная политика: роль и значение в повышении качества жизни населения // Экономические науки. 2010. □ 12. С. 57.
- ³¹ *Фахрутдинова Е.В.* Качество жизни населения: теоретический аспект // Экономические науки. 2009. □ 10. С. 131.
- ³² *Фахрутдинова Е.В.* Роль социальной сферы и социальной политики в обеспечении устойчивого социально-экономического развития страны // Экономические науки. 2009. □ 8 (57). С. 7-11.

Поступила в редакцию 02.11.2012 г.