

На правах рукописи

Еремнна Дарья Александровна

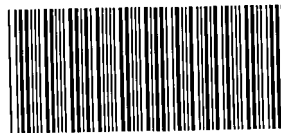
**Государственная политика как фактор формирования
социальной ответственности бизнеса в современной России**

Специальность: 23.00.02 –
«Политические институты, процессы и технологии»

АВТОРЕФЕРАТ ДИССЕРТАЦИИ
на соискание ученой степени
кандидата политических наук

10 ЯНВ 2013

Санкт-Петербург
2012



005048290

Работа выполнена в Северо-Западном институте управления – филиале
ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Научный руководитель:

доктор политических наук, профессор
Волков Виталий Александрович

Официальные оппоненты:

Вульфович Ревекка Михайловна,
доктор политических наук, профессор,
Северо-Западный институт управления – филиал Российской академии
народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ,
профессор кафедры местного самоуправления и территориального развития

Фокина Вероника Викторовна,

кандидат политических наук, доцент,

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет,
доцент кафедры социально-политических технологий

Ведущая организация:

Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций
им. профессора М.А. Бонч-Бруевича

Защита состоится 29 декабря 2012 г. в 13 часов 00 мин. на заседании
диссертационного совета Д 504.001.24, ФГБОУ ВПО «Российская академия
народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской
Федерации» по адресу: 199178, г. Санкт-Петербург, В.О., Средний пр., д.57,
ауд. 324

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Северо-Западного
института управления – филиала ФГБОУ ВПО «Российская академия
народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ»
по адресу: 199178, г. Санкт-Петербург, В.О., 8-я линия, д.61.

Автореферат разослан 29 ноября 2012 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат политических наук
Н.В. Горбатова



I. Общая характеристика работы

Высокий уровень социальной ответственности бизнеса является важным фактором стабильного развития и социального благополучия в большинстве развитых стран. В современной России институт социальной ответственности бизнеса находится в стадии зарождения, что является препятствием для решения многих социальных проблем и задач. В связи с отсутствием таких необходимых социально-политических условий, как активное гражданское общество, эффективные механизмы рыночной конкуренции и взаимодействие органов государственной власти и бизнеса, легитимность бизнеса и его деятельности в глазах общественности, ключевым фактором развития социальной ответственности бизнеса выступает государственная политика. Уточнению теоретических и практических аспектов роли государства в формировании института социальной ответственности бизнеса в современной России посвящено данное диссертационное исследование. Необходимость формирования института социальной ответственности бизнеса как в конкретном регионе страны (г. Санкт-Петербург), так и в России в целом, и одновременное отсутствие социально-политических условий для его формирования составляют противоречие, обуславливающее **актуальность выбранной темы исследования.**

В последние годы политические лидеры нашей страны все чаще говорят о значении социальной ответственности бизнеса, призывая корпорации к сотрудничеству с органами государственной власти в области решения социальных проблем и задач, что свидетельствует о повышенном интересе к данной проблеме на самом высоком политическом уровне, но одновременно создает риск недопустимо высокой степени государственного регулирования рыночной экономики. Выстраивание эффективного взаимодействия власти и бизнеса по вопросам социальной ответственности постепенно становится одним из направлений государственной политики. Особую роль в осознании значимости исследуемой проблематики внес финансово-экономический кризис 2008-2009 годов, повлекший за собой массовые сокращения рабочих мест. Кризис продемонстрировал, что от уровня социальной ответственности бизнеса, от конструктивности диалога бизнеса и власти и эффективности их взаимодействия зависит социальная защищенность широких слоев населения.

Об актуальности темы диссертационного исследования также свидетельствует тот факт, что в 2010 году дисциплина "Корпоративная социальная ответственность" была введена в Федеральный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки "Менеджмент"¹. Данное положение свидетельствует о придании Министерством образования РФ значимости формированию у современного

¹ Утверждено приказом Министерства образования и науки РФ от 20 мая 2010 г. N 544.

российского менеджера знаний и навыков не только в области стратегического планирования, управления персоналом, финансами, рисками, инвестициями, но и в области социальной ответственности.

Проблема развития социальной ответственности бизнеса в контексте государственной политики не имеет достаточного систематичного освещения в отечественной научной литературе. Социальная ответственность бизнеса в первую очередь рассматривается как инструмент повышения конкурентоспособности и устойчивости компаний на рынке, как составляющая стратегического планирования компаний, как элемент внутрикорпоративной политики и имиджа, а не с точки зрения государственного участия, которое на современном этапе является крайне важным аспектом.

Исследуемая проблематика особо актуальна для стран с переходным типом экономики, к которым относится современная Россия. Переход от плановой экономики к рыночной порождает перераспределение социальной ответственности между государством, которое прежде несло полную ответственность за благополучие своих граждан, и образовавшимся бизнес сектором, к которому переходит часть социальной ответственности от государства. Ключевыми в данных условиях становятся две задачи: во-первых, справедливое и рациональное распределение социальной нагрузки между государством и бизнесом; во-вторых, формирование у общества правильных ожиданий от государства и бизнеса, а также воспитание чувства собственной ответственности за личное благополучие. От успешного решения этих задач зависит скорость становления института социальной ответственности бизнеса, а также его эффективность.

Степень научной разработанности проблемы.

Социальная ответственность бизнеса представляет собой сложный феномен, рассматриваемый авторами разных областей общественных наук, в первую очередь экономики и менеджмента, в меньшей степени - политологии. Комплексный характер социальной ответственности бизнеса и специфика проблематики диссертационного исследования обращают нас к обширному массиву научной литературы.

Можно выделить две основные группы работ: к первой относятся зарубежные авторы, представляющие различные подходы к социальной ответственности бизнеса, ко второй - отечественные авторы, в чьих работах можно найти обобщение и систематизацию теоретических наработок западных исследователей, а также анализ становления института социальной ответственности бизнеса в современной России.

К авторам, затронувшим проблему социальной ответственности бизнеса еще до появления термина "корпоративная социальная ответственность" (КСО) можно отнести Р. Оуэна, в своих трудах осветившего проблему

ответственности компаний перед работниками, и основателя "доктрины капиталистической благотворительности" Э. Карнеги².

Основополагающий труд о принципах ответственности, важный для понимания сущности исследуемого явления, принадлежит Г. Йонасу³. Феномен ответственности тесно связан с феноменом справедливости, так как выступает неким ее гарантом в обществе. Для раскрытия сущности феномена справедливости в работе использовались труды Р. Нозика, Дж. Ролза, О.Хеффе⁴. При рассмотрении социальной ответственности бизнеса как политического института за основу была взята работа американского экономиста Д. Норта⁵.

Первая основательная работа, посвященная социальной ответственности бизнесмена, принадлежит американскому экономисту Х. Боуэну⁶. Среди зарубежных авторов, которым принадлежат основополагающие труды в области социальной ответственности бизнеса, следует выделить Х.Джонсона, К. Дэвиса, А. Кэррола.⁷

К авторам, придерживающимся монетарно-либерального подхода к социальной ответственности бизнеса, можно отнести Т. Левитта, М.Фридмана, Д. Хендерсона⁸. К авторам, разделяющим этический подход к объекту исследования, относятся П.Ф. Друкер, Р. Фриман⁹.

Среди отечественных авторов, исследующих проблему социальной ответственности бизнеса, следует отметить Б.С. Батаева, О.С. Белокрылову, И.Ю. Беляеву, С.В. Братюченко, И.С. Семененко, С.В. Туркина, В.Ф.Уколова, А.Е. Чирикову, А.А. Шулимову¹⁰.

² Owen R. Essay on the formation of human character, 1813. URL: <http://studymore.org.uk/xowen.htm#First> (дата обращения 11.12.2011); Carnegie A. The Gospel of Wealth // The North American Review; Sep. 21, 1906.

³ Йонас Г. Принцип ответственности: опыт этики для технологической цивилизации. - М.: Айрис-пресс, 2004.

⁴ Нозик Р. Анархия, государство и утопия - М.: ИРИСЭН, 2008; Ролз Дж. Теория справедливости. - Новосибирск: Изд-во Новосибирского ун-та, 1995; Хеффе О. Справедливость: философское введение. - М.: Праксис, 2007.

⁵ Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. - М.: Фонд экономической книги "Начала". - 1997.

⁶ Bowen H.R. Social responsibilities of the businessman. New York: Harper & Row, 1953

⁷ Jonson H. Does it pay to be good? Social responsibility and financial performance // Business Horizons. - 2003; Davis K. The case for and against business assumption of social responsibilities // Academy of Management Journal. - №16. - 1973. URL: <http://uweb.txstate.edu/~ck10/socialresponsibility.pdf> (дата обращения: 11.10.2011); Carroll A.B. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders // Business Horizons, Juli-August 1991. URL: <http://www.cbe.wvu.edu/dunn/rprnts.pyramidofcsr.pdf> (дата обращения 25.10.2011);

⁸ Levitt Th. The dangers of social responsibility // Harvard Business Review, 1958; Фридман М. Капитализм и свобода (1962). - М.: Новое издательство. - 2006; Fridman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits // The New York Times Magazine, Sep. 13, 1970; Henderson D. Misguided Virtue: False Notions of Corporate Social Responsibility. - IEA. - 2001. URL: <http://www.iea.org.uk/sites/default/files/publications/files/updbook126pdf.pdf> дата обращения (12.11.2011)

⁹ Drucker P.F. The new meaning of corporate social responsibility // California Management Review, Vol. XXVI. - №2- 1984; Freeman R.E. A stakeholder approach to strategic management // The Blackwell handbook of strategic management. - Oxford, UK: Wiley-Blackwell, 2001.

¹⁰ Батаева Б.С. Социальная ответственность бизнеса исламских стран // Экономика и управление, 2009. №12 (50). С. 72-76; Белокрылова О.С. Императивы институционализации взаимодействия бизнеса и власти в местном социуме // Постсоветский институционализм – 2006: Власть и бизнес / Под ред. Р.М. Нурсева, Ростов-на-Д: Наука-Пресс, 2006; Беляева И.Ю. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект / под общей редакцией д.э.н., проф. Беляевой И.Ю., д.э.н., проф. Эскиндарова М.А. - М. - КноРус,

Отдельно следует выделить работы Ю.Е. Благова¹¹, в своих статьях и монографиях подробно описавшего эволюцию концепции социальной ответственности бизнеса, а также ее связь со стратегическим управлением; работы группы ученых фонда "Институт экономики города" во главе с М.И.Либоракиной¹², в которых представлен комплексный подход к содержанию понятия социальной ответственности бизнеса и анализ ее форм в современной России; С.П. Перегудова¹³, чьи работы посвящены широкому спектру проблем взаимодействия корпораций, общества и государства, корпоративной социальной ответственности и корпоративному гражданству, а также анализу национальных моделей социальной ответственности бизнеса; Г.Л. Тульчинского¹⁴, в своих статьях и монографиях рассматривающего социальную ответственность бизнеса как "брендинг" и "public relations" ("связи с общественностью"), а также с точки зрения взаимодействия власти и бизнеса.

Для изучения специфики формирования социальной ответственности бизнеса в государстве с переходным типом экономики большое значение имеет статья В. Меркель и А. Круассан¹⁵. С точки зрения зависимости современных механизмов взаимодействия власти и бизнеса от феномена предшествующего развития значительный интерес представляют исследования В.В. Дементьева, М.В. Курбатовой и С.Н. Левина, М.Ю.Малкиной, А.А. Яковлева¹⁶.

2008; Братющенко С.В. Социальная ответственность предпринимательства (обзор концепций) // Актуальные проблемы социально-экономического развития: взгляд молодых ученых. Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2005; Туркин С. Зачем бизнесу социальная ответственность? // Журнал "Управление Компанией". - №7. - 2004; Туркин С.В. Социальные инвестиции в бизнесе. - М.: Издательство "Русский Университет", 2003; Уколов В.Ф. Взаимодействие власти, бизнеса и общества / В.Ф. Уколов. - М. - ЗАО "Издательство "Экономика"", 2009; Чирикова А.Е. Взаимодействие власти и бизнеса в реализации социальной политики: региональная проекция - М.: Независимый институт социальной политики, 2007; Чирикова А.Е. Социальная политика в современной России: субъекты и региональные практики. - Saarbrücken, Germany, LAP Lambert Academic Publishing AG&Co.KG; Бизнес как субъект социальной политики: должник, благодетель, партнер? / А.Е. Чирикова, Н.Ю. Лапина, Л.С. Шилова, С.В. Шишкин (отв. ред.). - Независимый институт социальной политики. - М.: ГУ-ВШЭ, 2005; Шулимова А.А. Институциональные основы социальной ответственности российского бизнеса // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). - №4. - 2011. URL: <http://sisp.nkras.ru/issues/2011/4/shulimova.pdf> (дата обращения 01.03.2012).

¹¹ Благов Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление // Российский журнал менеджмента. Т.2. - №3. - 2004; Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю.Е. Благов, Высшая школа менеджмента СПбГУ. - 2-е изд. - СПб.: Изд-во "Высшая школа менеджмента", 2011;

¹² Город и бизнес: формирование социальной ответственности российских компаний / Авт.: С.В. Ивченко, М.И. Либоракина, Т.С. Сиваева; Под. ред.: М.И. Либоракиной. - М.: Фонд "Институт экономики города", 2003; Социально ответственный бизнес: глобальные тенденции и опыт стран СНГ / Под ред. М.И. Либоракиной. - М.: Фонд "Институт экономики города", 2001.

¹³ Перегудов С.П. Корпорации, общество, государство: Эволюция отношений / С.П.Перегудов. - М.: Наука, 2003; Перегудов С.П. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии / С.П. Перегудов, И.С. Семененко; Ин-т мировой экономики и междунар. отношений РАН. - М.: Прогресс-Традиция, 2008;

¹⁴ Тульчинский Г.Л. Бизнес в России. Проблема социального признания и уважения. - М.: Вершина, 2006; Тульчинский Г.Л. Бренд-интегрированный менеджмент: каждый сотрудник в ответе за бренд. - М.: Вершина, 2006; Тульчинский Г.Л. PR фирмы: технология и эффективность. - СПб.: Алетейя, 2000. и др.

¹⁵ Меркель В., Круассан А. Формальные и неформальные институты в дефектных демократиях // Полис. - №1 (66) - 2002.

¹⁶ В.В. Дементьев Проблема власти и экономического анализ // Постсоветский институционализм - 2006: Власть и бизнес / Под ред. Р.М. Нурсева, Ростов-на-Д: Наука-Пресс, 2006; Курбатова М.В., Левин С.Н.

Предметом диссертационного исследования является государственная политика по формированию социальной ответственности бизнеса в современной России (на примере города Санкт-Петербург).

Цель диссертационного исследования: определить роль государства и его механизмы в формировании социальной ответственности бизнеса в современной России.

Для достижения цели исследования автором были поставлены следующие задачи:

1. Изучить исторические предпосылки возникновения и эволюцию концепции социальной ответственности бизнеса;

2. Рассмотреть социальную ответственность бизнеса как политический институт;

3. Определить возможность применения зарубежной практики социальной ответственности бизнеса в России, проанализировав опыт социальной ответственности бизнеса, а также политико-правовые формы участия власти в развитии социальной ответственности бизнеса в западных странах;

4. Обосновать необходимость взаимодействия власти и бизнеса в области решения социальных задач, а также участия государства в формировании института социальной ответственности бизнеса;

5. Изучить специфику российской модели социальной ответственности бизнеса, проанализировав исторические предпосылки и современные условия ее формирования;

6. Выявить роль и формы участия властных структур Санкт-Петербурга в развитии социальной ответственности бизнеса региона;

7. Разработать модель воспроизводства института социальной ответственности бизнеса на примере города Санкт-Петербург;

8. Дать авторское определение понятия социальной ответственности бизнеса.

Теоретико-методологическая основа исследования.

Теоретическую основу исследования составляют труды отечественных и зарубежных специалистов в области экономики, менеджмента, концепции корпоративной социальной ответственности, концепции заинтересованных сторон, концепции корпоративного гражданства, концепции устойчивого развития, концепции корпоративной устойчивости, теории стратегического управления, теории социального рыночного хозяйства.

Методологическую основу исследования составляют системный, неинституциональный, функциональный подходы, методы контент-анализа, сравнительного анализа, политического моделирования и другие. Системный подход используется в исследовании для изучения социальной

Преобладание иерархического типа взаимодействия власти и бизнеса как проявление зависимости от предшествующего развития, 2005. URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/16213426/> (дата обращения 21.11.2011); М.Ю. Малкина Взаимодействие государства и бизнеса в современной России через призму институционально-эволюционного подхода // Постсоветский институционализм – 2006: Власть и бизнес / Под ред. Р.М. Нурсева, Ростов-на-Д: Наука-Пресс, 2006; Яковлев А.А., Эволюция стратегий взаимодействия бизнеса и власти в российской экономике // Российский журнал менеджмента, Том3. - №1. - 2005.

ответственности бизнеса как комплексного явления, включающего в себя политологическую, экономическую, социальную и культурную составляющие. Неинституциональный метод позволяет рассмотреть социальную ответственность бизнеса как формирующийся политический институт, представляющий систему формальных и неформальных норм и правил. Определить функции социальной ответственности бизнеса как политического института позволяет функциональный подход. Для изучения эволюции феномена социальной ответственности бизнеса, а также для рассмотрения культурно-исторических предпосылок и этапов формирования института СОБ в современной России применяются сравнительно-исторический и социокультурный методы. Для сравнения разных подходов к социальной ответственности бизнеса, зарубежного и отечественного опытов, а также для сопоставления национальных моделей КСО широко используется метод сравнительного анализа. Для изучения законов и нормативных актов, относящихся к сфере социальной ответственности бизнеса и благотворительности, применяется формально-правовой метод. При создании модели воспроизводства института социальной ответственности бизнеса в городе Санкт-Петербург используется метод политического моделирования. Для решения исследовательских задач также применяются такие методы научного познания, как статистический и логические методы, позволяющие выявлять общее и частное в предмете исследования.

Эмпирическую базу исследования составляют статистические данные социологических опросов Фонда "Общественное мнение" и Всероссийского центра изучения общественного мнения, аналитические материалы исследования Комитета по укреплению социальной ответственности бизнеса Общероссийской общественной организации "Деловая Россия", аналитические материалы аналитического исследования Центра корпоративной социальной ответственности им. Прайс沃терхаусКуперс высшей школы менеджмента СПбГУ, аналитические материалы исследований Ассоциации Менеджеров России.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в следующих положениях:

1. На основе анализа существующих концептуальных подходов к социальной ответственности бизнеса и ее типологий уточнено определение социальной ответственности бизнеса и дана авторская классификация степеней социальной ответственности бизнеса;
2. Выявлены противоречия в осмыслении и реализации социальной ответственности бизнеса в современной России;
3. Определены причины участия власти в формировании социальной политики современных российских компаний, а также наиболее перспективные пути формирования института социальной ответственности бизнеса в современной России;

4. Разработана модель воспроизводства института социальной ответственности бизнеса в городе Санкт-Петербург, определены ее основные элементы.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Социальная ответственность бизнеса подразумевает такой добровольно выбранный способ управления компанией, который отвечает экономическим, юридическим, этическим и социальным ожиданиями общества, превосходит их, и своей конечной целью видит воспроизводство социальной среды.

2. Выделено четыре степени социальной ответственности бизнеса. Нулевая степень: компании стремятся никак не участвовать в социальной сфере, даже в рамках существующего законодательного уровня. Минимальная степень: компании видят свою социальную ответственность только в выполнении налогового, трудового и иных законодательств. Средняя степень: компании осознают, что они являются частью общества, в котором развиваются, и поэтому готовы принимать участие в социальной сфере, учитывать интересы заинтересованных сторон, а также вступать в диалог с властью и местными сообществами. Высокая степень: компании считают участие в социальной сфере неотъемлемой частью жизнедеятельности организации и готовы приводить задачи и цели компании, а также методы их реализации, в соответствие с нуждами и ожиданиями общества.

3. Современная структура правительства РФ разделяет зоны ответственности социальной политики и экономической политики, что не позволяет сформировать субъект, отвечающий за формирование политики в сфере социальной ответственности бизнеса *на федеральном уровне*.

4. Социальная ответственность бизнеса выступает инструментом снятия противоречия между конституционно-нормативной фиксацией социального государства и фактической его минимизацией на практике в современной России. Одновременно снятие противоречий является одной из важнейших целей государственной политики. Из чего следует, что социальная ответственность бизнеса выступает важнейшим направлением государственной политики.

5. Институциональная модель социальной ответственности бизнеса в Санкт-Петербурге базируется на трех субъектах политики: государственная власть Санкт-Петербурга, социально-ответственный бизнес Санкт-Петербурга и социальные структуры Санкт-Петербурга.

Практическая значимость работы. Материалы и результаты исследования могут быть использованы для подготовки учебно-методологических комплексов по дисциплине "Корпоративная социальная ответственность", для чтения лекций в высших учебных заведениях по дисциплине "Корпоративная социальная ответственность" и смежным дисциплинам, при разработке государственной политики, при подготовке политических решений и разработке законопроектов.

Научное внедрение: материалы и результаты исследования были использованы для подготовки учебно-методологического комплекса по дисциплине "Корпоративная социальная ответственность" для студентов, обучающихся по направлению подготовки 080200.62 "Менеджмент" (квалификация бакалавр) Санкт-Петербургского филиала Государственного университета Министерства Финансов, а также при разработке концепции развития социального проекта "Онлайн-университет третьего возраста" Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики (далее УТВ ИТМО)¹⁷.

Апробация результатов исследования. Основные результаты диссертационного исследования докладывались автором на международных, всероссийских и межвузовских научно-практических конференциях, научных семинарах, круглых столах. Работа обсуждена и рекомендована к защите на заседании кафедры политологии РАНХиГС СЗИ. По теме диссертации имеется 4 публикации, одна из которых издана в журнале, входящем в Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук.

Структура работы обусловлена предметом, целью и задачами исследования. Данная диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложений.

¹⁷ Официальный сайт УТВ ИТМО: <http://u3a.niuitmo.ru>

II. Основное содержание работы

Во Введении задаётся общее направление политологического исследования, обосновывается актуальность выбранной темы, оценивается состояние её научной разработанности, характеризуются цель, задачи, предмет и объект исследования, рассматриваются теоретико-методологические основы, теоретическая значимость и практическая ценность полученных результатов, научная новизна, представляется структура работы и приводятся сведения об апробации результатов исследования.

Глава 1 "Теоретико-методологические основы исследования социальной ответственности бизнеса" посвящена анализу теоретических и исторических предпосылок возникновения феномена социальной ответственности бизнеса, рассмотрению основных теоретических подходов к данному явлению, изучению теоретических и национальных моделей социальной ответственности бизнеса, роли государства в этих моделях.

В параграфе 1.1. "Концептуализация социальной ответственности бизнеса" рассматривается феномен ответственности согласно теории ответственности Г. Йонаса, изучается феномен справедливости согласно теориям справедливости Дж. Ролза и О. Хеффе, детерминируется социальная ответственность как ответственность за социальную справедливость, обосновывается использование в работе терминов "социальная ответственность бизнеса" и "корпоративная социальная ответственность" (КСО) как равнозначных. Также в первой части параграфа приводятся определения корпоративной социальной ответственности ведущих мировых организаций в области КСО, таких как CSR Europe (КСО Европа), Business For Social Responsibility (Бизнес за социальную ответственность) и др.; дается обзор основных концепций, смежных с концепцией корпоративной социальной ответственности, а также различных ролей КСО в обществе, рассматриваются основные принципы концепции КСО, рассматриваются внешняя и внутренняя социальная ответственность бизнеса как виды КСО. Во второй части параграфа исследуются исторические предпосылки возникновения корпоративной социальной ответственности и эволюция феномена КСО. Делается вывод о том, что в историческом контексте социальная ответственность бизнеса развивалась в соответствии со все возрастающими и изменяющимися потребностями общества, отвечая им в какой-то степени под давлением профсоюзов и государства, в какой-то степени из осознания собственниками компаний правильности такого пути. Отмечается, что в 50-е годы XX века в США и ряде европейских стран социальная ответственность бизнеса становится элементом государственной политики. За два века своего исторического развития социальная ответственность бизнеса включила в себя такие формы, как благотворительность, ответственность перед работниками и соблюдение их прав и интересов, социально-ответственный менеджмент, экологическая ответственность и многое другое, однако так и не получила единого теоретического осмысления и единой практики реализации.

Первая часть параграфа 2.2. "Теоретические подходы к социальной ответственности бизнеса" посвящена изучению социальной ответственности бизнеса как политического института (за методологическую основу взята работа экономиста Д. Норта "Институты, институциональные изменения и функционирование экономики"¹⁸). Обосновывается решение, согласно которому, рассматривая корпоративную социальную ответственность как политический институт, в диссертационной работе будут изучаться такие ее формы, как: (1) организации, занимающиеся вопросами развития КСО (например, такие, как упомянутые ранее международные организации Business For Social Responsibility (Бизнес за социальную ответственность), CSR Europe (КСО Европа)); (2) формальные ограничения, такие как законы, влияющие на развитие КСО, международные стандарты КСО, документально закреплённые правила социального поведения бизнеса; (3) неформальные ограничения, такие как общепринятые и ожидаемые правила социального поведения бизнеса, сложившиеся формы взаимодействия власти и бизнеса по вопросам социальной ответственности. Рассматриваются основные функции социальной ответственности бизнеса как политического института. Делается вывод о том, что наличие устойчивого сформировавшегося института КСО обеспечивает социально ответственное поведение компаний, выгодное для общества и безопасное для бизнеса, вне зависимости от изменений государственной политики и характера взаимодействия органов власти и бизнес-структур. Во второй части параграфа проведен сравнительный анализ теоретических подходов ведущих исследователей в области корпоративной социальной ответственности и корпоративного управления к изучаемому явлению. Рассмотрены два полярных подхода к КСО: монетарно-либеральный, сторонниками которого выступают М.Фридман, Т. Левитт, Д.Хендерсон и др., и этический, представителями которого являются П.Ф.Друкер, Р. Фриман и др. Согласно монетарно-либеральному подходу, социальная ответственность компании не должна выходить за рамки уплаты налогов и соблюдения рабочего законодательства. В соответствии с этическим подходом компании обязаны вносить вклад в развитие общества и служить его интересам. Изучен комплексный подход А. Кэррола, автора широко известной в исследовательских кругах "пирамиды корпоративной социальной ответственности", согласно которой корпоративная социальная ответственность рассматривается как четыре соподчиненных уровня: экономический, правовой (или юридический), этический и филантропический (или дискреционный), где экономический уровень является базовым, а филантропический - вершиной пирамиды. Ключевая идея данного подхода заключается в том, что предложенные уровни должны достигаться последовательно, в противном случае компания не может считаться социально ответственной. Рассмотрен еще один комплексный подход Х. Джонсона, который выделяет пять уровней КСО: уровень

¹⁸ Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. - М.: Фонд экономической книги "Начала". - 1997.

противоправности или безответственности, уровень законопослушности, уровень фрагментарности, стратегический уровень и уровень всемерной поддержки общества. Рассмотрен значимый для изучения института социальной ответственности бизнеса в контексте государственной политики подход датского исследователя Т. Брэдгарда, который разделяет типы КСО исходя из двух критериев: кому принадлежит инициатива - правительству или бизнесу, и на что делается акцент - на социетальную¹⁹ ответственность или ответственность на уровне рынка труда, и выделяет 4 типа социальной ответственности: социальная ответственность между бизнесом и обществом; социальная ответственность в бизнесе; социальная ответственность между бизнесом и правительством; социальная ответственность между политикой занятости и бизнесом. Также в данном параграфе делается вывод о том, что большинство теоретических подходов к корпоративной социальной ответственности представляет собой многоступенчатые модели (от трех до пяти ступеней), каждая ступень в которых отражает ту или иную степень социальной ответственности компаний. На основе анализа существующих подходов автором выделяется четыре степени социальной ответственности бизнеса: (1) нулевая степень свойственна для компаний, которые стремятся никак не участвовать в социальной сфере, даже в рамках существующего законодательного уровня; (2) минимальная степень характерна для компаний, которые считают своей основной и единственной целью увеличение прибыли и видят свою социальную ответственность в выполнении налогового, трудового и иных законодательств; (3) средняя степень присуща компаниям, которые видят своей основной задачей максимизацию прибыли, однако осознают, что они являются частью общества, в котором развиваются, и поэтому готовы принимать участие в социальной сфере, учитывать интересы заинтересованных сторон, а также вступать в диалог с властью и местными сообществами (данный подход к социальной ответственности бизнеса представляется нам оптимальным); (4) высокая степень соответствует компаниям, которые считают участие в социальной сфере неотъемлемой частью жизнедеятельности организации и готовы приводить задачи и цели компании, а также методы их реализации, в соответствие с нуждами и ожиданиями общества.

В параграфе 1.3. "Национальные модели социальной ответственности бизнеса" рассматриваются две основные теоретические модели КСО: англосаксонская, которая базируется на монетарно-либеральном подходе и характеризуется восприятием КСО как моральной обязанности акционеров и собственников, минимальным участием государства в вопросах КСО, служением интересам акционеров; и "континентальная", в основе которой лежит этический подход к пониманию КСО и отличительными чертами которой являются восприятие компании "как общего дела", высокая социальная защищенность работников, участие государства в вопросах КСО

¹⁹ Социетальный - относящийся к обществу, рассматриваемому как единое целое. Впервые термин был введен Т. Парсонсом.

и учет интересов всех заинтересованных сторон. Основная часть параграфа посвящена изучению характерных черт национальных моделей КСО: модели КСО США, модели КСО Европейского союза, в рамках которой отдельно рассматриваются скандинавская (отдельно - датская) и британская модели; латиноамериканской (отдельно - бразильской), азиатской (отдельно - японской) и исламской моделям КСО, а также формам участия государства в их формировании. В ходе анализа национальных моделей КСО делаются следующие выводы:

- популярными практиками реализации КСО в мире являются: стратегическая филантропия, волонтерская активность, маркетинговые стратегии, корпоративное спонсирование (США), социальное инвестирование, экологическая и социальная маркировка (страны Евросоюза), общеобразовательные программы и программы профессионального образования, политика в отношении персонала, политика по защите прав человека, политика занятости, борьба с коррупцией, защита окружающей среды, внедрение инноваций, активное взаимодействие с местными сообществами (национальные модели), беспроцентный заем, запрет взимания и выплаты процентов в банках (исламская модель);

- государство может в разной степени участвовать в распространении и внедрении принципов КСО: от полного невмешательства до командного регулирования. Наиболее высокий уровень государственной инициативы наблюдается в Дании, Нидерландах, Великобритании, Бельгии; средний - в Австрии, Канаде, Франции, Германии, Швеции; средневысокий - в ЕС, низкий или средний - в США. Популярными направлениями государственной политики в отношении КСО в мире являются: правовое регулирование, законодательная инициатива, организация площадок локального и национального уровня для обсуждения вопросов КСО, продвижение инициатив по соответствию национальных стандартов международным, убеждение, проведение информационных компаний, льготные режимы налогообложения, софинансирование проектов в области КСО, программы экономической мотивации, предоставление правительственных средств для внедрения программ КСО, моральное поощрение и др.

Характер государственной политики в отношении корпоративной социальной ответственности играет значительную роль в формировании института социальной ответственности бизнеса, распространении принципов и внедрении тех или иных практик КСО. В тех странах, где минимально участие государства в вопросах корпоративной социальной ответственности, КСО не встроена в модель корпоративного управления и чаще реализуется в таких формах, как благотворительность, стратегическая филантропия, волонтерская активность, корпоративное спонсирование. В странах с активной государственной политикой в отношении КСО популярны такие практики, как социальное инвестирование, политика в отношении персонала, политика по защите прав человека, политика занятости и большинство принципов КСО реализуется через корпоративное управление. Также следует отметить, что страны континентальной модели характеризуются следующей

тенденцией: чем выше уровень государственной инициативы в вопросах внедрения практик КСО и институционализации взаимодействия стейкхолдеров²⁰, тем выше уровень социальной ответственности компаний.

В конце параграфа изучается вопрос о мотивах корпоративной социальной ответственности, рассматриваются аргументы К. Дэвиса "за" и "против" принятия бизнесом социальной ответственности, делается вывод о том, что в современном мире социальная ответственность является необходимым условием поступательного и стабильного развития бизнеса, а также может приносить ему выгоды в долгосрочной перспективе. Параграф заканчивается обзором основных международных стандартов корпоративной социальной ответственности, являющихся важной составляющей международного опыта КСО.

Глава 2 "Специфика социальной ответственности бизнеса в современной России" посвящена изучению роли государства в формировании социальной ответственности российского бизнеса, анализу условий развития института КСО и описанию специфичных черт современной российской модели корпоративной социальной ответственности.

В первой части параграфа 2.1. "Социально-политические условия развития социальной ответственности бизнеса" проанализированы исторические и культурные корни социальной ответственности бизнеса в России, основными из которых являются ценности христианства, традиции патернализма, активная социальная политика Советского Союза; определены формы участия власти в развитии социальной ответственности хозяйствующих субъектов в дореволюционной России, изучена советская практика неформальных отношений власти и предприятий, обусловившая распространение в современной России таких моделей социальной ответственности бизнеса, как "торг" и "добровольно-принудительная благотворительность". Во второй части параграфа рассмотрены основные трудности формирования института корпоративной социальной ответственности в современной России, к которым можно отнести: отсутствие единого понимания содержания феномена КСО; отсутствие четких правовых рамок реализации социальных бизнес-инвестиций, развития социального партнерства; распространение на всех уровнях государственной власти практик манипулирования и использования бизнеса для осуществления сиюминутных, не всегда стратегически и социально просчитанных целей; неоднозначное общественное мнение по отношению к представителям бизнеса; расценивание общественностью социальных бизнес-инвестиций, благотворительности и других проявлений социальной ответственности бизнеса исключительно либо как стремлений улучшить репутацию, либо как попыток откупиться от власти; противоречивые ожидания от КСО со стороны власти, общества и самого бизнеса и др. Во

²⁰ Стейкхолдер (от англ. stakeholder) - "владелец доли (получатель процента); держатель заклада". В русскоязычной литературе данный термин используется для обозначения групп, организаций и индивидуумов, на которые компания оказывает влияние и от которых она зависит.

второй части параграфа рассмотрены этапы взаимодействия власти и бизнеса в новой России, отражающие часто меняющийся характер их взаимоотношений. Отсутствие стабильного политического курса выступает еще одной трудностью на пути формирования института КСО. Изучена этапность социальной политики предприятий в отношении социальной инфраструктуры. Рассмотрены основные шаги по формированию института социальной ответственности бизнеса, такие как: утверждение Указом президента РФ 1 апреля 1996 года Концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию, принятие в 2008 году Всероссийской организацией качества первого российского стандарта в области КСО - "Социальная ответственность организации. Требования" (CSR/КСО-2008), введение дисциплины "Корпоративная социальная ответственность" в Федеральный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 080200 Менеджмент, принятие "Хартии корпоративной и деловой этики" РСПП, создание Объединенной комиссии по корпоративной и деловой этике при РСПП, создание комитета по социальной ответственности крупного бизнеса при РСПП и др. В третьей части параграфа проведен анализ основных факторов интенсивного развития КСО, таких как развитие и распространение демократии, всемирных и локальных общественных организаций, СМИ и Интернета, среднего класса и системы ценностей постиндустриального общества и других применительно к современной России. Сделан один из важных выводов исследования, согласно которому в современной России не достает социально-политических условий для формирования национальной модели и института КСО и что для их развития необходима политическая воля, артикулированная в государственной политике.

В параграфе 2.2. "Роль государства в формировании института социальной ответственности бизнеса" приведен список инструментов государственной политики по формированию социальной ответственности бизнеса, рассмотрены те из них, которые используются в современной России. Приведены точки зрения различных российских исследователей относительно характера и степени государственного участия в развитии корпоративной социальной ответственности в России на современном этапе. Отмечено, что несмотря на активные попытки власти влиять на степень социальной ответственности российских компаний, единая государственная политика по продвижению КСО на федеральном уровне отсутствует, национальные приоритеты КСО как стратегии и идеологии российского бизнеса не определены. Во второй части параграфа детерминированы причины участия власти в социальной политике российских компаний, среди них: общая тенденция развитого государственного регулирования переходных экономик, социальная направленность российской государственности, амбициозные планы руководства страны на темпы ее развития и международное положение, необходимость формирования института КСО в условиях неразвитого гражданского общества. В третьей части параграфа рассмотрена официальная позиция власти относительно

социальной ответственности бизнеса, заключающаяся в ожиданиях от крупного и успешного бизнеса высокого уровня социальной ответственности, которая в первую очередь является моральным долгом собственников компаний и ключевой формой проявления которой выступает тесное взаимодействие бизнеса и государства в целях решения социальных задач. Изучено негативное отношение общественности к современному российскому бизнесу (а также его причины), как тормозящий фактор развития корпоративной социальной ответственности и возможный инструмент манипуляции в руках представителей власти. Делаются выводы, согласно которым взаимодействие власти и бизнеса по вопросам социальной ответственности в современной России может быть продуктивными и взаимовыгодным, но для этого должны соблюдаться такие условия, как прозрачность, адресность и эффективность использования средств, которые компании готовы выделять на социальные программы; представляется целесообразным, если государственная политика в отношении социальной ответственности бизнеса будет носить одновременно и *рекомендательный, и рамочный характер*. Роль государства должна выражаться в обеспечении стабильно политического курса, информировании бизнеса о ценностях и выгодах социально ответственного поведения, убеждении, моральном поощрении и материальном стимулировании, определении рамок КСО и ее легитимизации, выработке и реализации формальной государственной политики по вопросам КСО, создании благоприятных условий и требуемой институциональной среды для формирования института КСО.

В параграфе 2.3. "Современная российская модель социальной ответственности бизнеса" приведены три основных подхода относительно специфики формирующейся российской модели КСО, распространенных среди российских исследователей: согласно первому подходу, российская модель КСО представляет собой смешанный тип, в котором присутствуют элементы англосаксонской и континентальной моделей КСО; согласно второму, Россия избрала англосаксонскую модель социальной ответственности; согласно третьему - российская модель КСО представляет собой совмещение новых социальных практик с сохранением советских и даже дореволюционных традиций. Далее в параграфе описаны факторы, определяющие вектор и приоритеты становления национальной модели корпоративной социальной ответственности, согласно перечню С.П.Перегудова и И.С. Семененко. Анализ данных факторов применительно к российской действительности демонстрирует ряд специфичных черт формирующейся российской модели КСО. Во второй части параграфа рассмотрена налоговая политика РФ в отношении социально-ответственных компаний. Сделан вывод о том, что несмотря на наличие негативного опыта предоставления налоговых льгот коммерческим организациям, осуществляющим благотворительную деятельность, в период до 2002 года, введение таких льгот представляется эффективным, так как помимо этической мотивации и морального поощрения для развития социальной ответственности бизнеса необходимо экономическое стимулирование, а

введение механизма налоговой экономии позволит в долгосрочной перспективе сохранить сам источник социального благополучия территорий. Далее в параграфе изучены популярные формы взаимодействия власти и бизнеса по вопросам социальной ответственности в современной России. Отмечено, что наибольшее распространение получили отмеченные ранее модели "торг" и "добровольно-принудительная благотворительность", также распространена модель "город-комбинат" в связи с наличием достаточного количества градообразующих предприятий, развивается модель "социальное партнерство". В заключительной части параграфа рассмотрена специфика социальной ответственности бизнеса на муниципальном уровне, среди субъектов крупного, малого и среднего предпринимательства, в бедных и богатых регионах страны. Для создания наиболее полной картины специфики российской модели КСО приведены некоторые статистические данные из Доклада о социальных инвестициях за 2008 год Ассоциации менеджеров России. Наиболее показательными из них являются данные относительно структуры социальных инвестиций российского бизнеса в 2008 году: развитие персонала - 43,6%; природоохранная деятельность и ресурсосбережение - 14,1%; местное сообщество - 8,8%; охрана здоровья и безопасные условия труда персонала - 14,5%; добросовестная деловая практика в отношении потребителей - 7,8%; добросовестная деловая практика в отношении деловых партнеров - 0,9%. В выводах параграфа описаны отличительные черты российской модели КСО.

Глава 3 "Государственная политика Санкт-Петербурга по формированию социальной ответственности бизнеса региона" посвящена выявлению основных форм поддержки социальной ответственности бизнеса государственной властью Санкт-Петербурга и созданию модели воспроизводства института социальной ответственности бизнеса в Санкт-Петербурге.

В параграфе 3.1. "Формы стимулирования социальной ответственности бизнеса государственной властью Санкт-Петербурга" дается обоснование, почему для исследования выбран регион Санкт-Петербург. Рассмотрены основные формы государственной поддержки социальной ответственности бизнеса в Санкт-Петербурге: работа комиссии по этике, социальной ответственности, безопасности предпринимательства и мониторингу бизнес-структур Общественного Совета по малому предпринимательству при Губернаторе Санкт-Петербурга; проведение и поддержка конкурсов социальной ответственности бизнеса; сотрудничество с крупными хозяйствующими субъектами в целях укрепления и развития благоприятного инвестиционного климата на территории региона, устойчивого развития бизнеса и социальной инфраструктуры и др. Выявлено, что вопросы социальной ответственности бизнеса практически не учтены в законодательстве Санкт-Петербурга. Отдельное внимание уделено рассмотрению законопроекта Санкт-Петербурга "О содействии благотворительной деятельности в Санкт-Петербурге", определяющего приоритетные направления благотворительной деятельности в городе и

закрепляющего такие формы содействия, как предоставление льгот по уплате налогов и сборов, направляемых в бюджет Санкт-Петербурга, при осуществлении благотворительной деятельности по приоритетным направлениям благотворительной деятельности в Санкт-Петербурге; предоставление в безвозмездное пользование и в аренду на льготных условиях имущества, находящегося в государственной собственности Санкт-Петербурга, при осуществлении благотворительной деятельности по приоритетным направлениям благотворительной деятельности в Санкт-Петербурге. Описаны недостатки данного законопроекта, приведены доводы в пользу внесения изменений. Отдельно отмечено, что данный закон, проект которого был внесен на рассмотрение в Законодательное собрание Санкт-Петербурга еще 5 апреля 2010 года, до сих пор не принят, что отражает недостаточное придание значимости законодательному стимулированию социальной ответственности бизнеса в регионе со стороны городских властей. Далее в параграфе определены инструменты государственного участия в формировании института КСО, используемые в регионе Санкт-Петербург, такие как: стимулирование и поддержка дополнительных добровольных инициатив бизнеса в области КСО через моральное поощрение; информирование общественности о роли КСО в развитии общества и лучших практиках социально-ответственного бизнеса через СМИ и интернет ресурсы; вовлечение в вопросы КСО заинтересованных сторон; предоставление налоговых и иных льгот для благотворителей. Сделан вывод о том, что объем и содержание рассмотренных форм участия властей Санкт-Петербурга в развитие КСО региона и сложившаяся в Санкт-Петербурге модель КСО не соответствует потенциалу города. Предложены основные направления развития государственного регулирования: (1) определение содержания термина "социальная ответственность бизнеса" на городском уровне; (2) широкое информирование делового сообщества о проводимых в городе программах, конкурсах и иных мероприятиях КСО, в целях привлечения к участию и сотрудничеству большего числа компаний; (3) широкое информирования общественности о лидерах КСО региона и победителях конкурсов КСО; (4) внесение изменений в законопроект о налоговых льготах для юридических лиц, осуществляющих благотворительную деятельность и принятие данного законопроекта.

В параграфе 3.2. "Модель воспроизводства института социальной ответственности бизнеса в Санкт-Петербурге" предложена модель корпоративной социальной ответственности, представляющая собой цикл воспроизводства института социальной ответственности бизнеса города. Основными элементами данной модели и участниками цикла воспроизводства выступают субъекты политики Санкт-Петербурга: государственная власть Санкт-Петербурга, Объединение крупных социально ответственных предприятий Санкт-Петербурга и социальные структуры Санкт-Петербурга. Обосновывается, почему инициатором "запуска" предложенного цикла воспроизводства предлагается объединенный крупный социально-ответственный бизнес Санкт-Петербурга. Приводятся аргументы в

пользу создания новой организации, объединяющей крупные социально-ответственные компании города и выполняющей функцию формирования социальной ответственности бизнеса в регионе, а не возложения данной функции на существующие бизнес объединения, например Торгово-промышленную палату Санкт-Петербурга. Описывается следующая последовательность взаимодействия участников цикла воспроизводства: Объединение крупных социально ответственных предприятий Санкт-Петербурга, движимое желанием определения законодательного поля взаимодействия с властью по вопросам социальной ответственности, выстраивания доверительных отношений с общественностью Санкт-Петербурга и другими мотивами, разрабатывает и выдвигает на рассмотрение власти предложения по улучшению условий роста корпоративной социальной ответственности региона, а также демонстрирует успешные примеры социально-ответственных практик (как, например, социальный проект УТВ ИТМО), которые могут быть закреплены нормативно. Власть, в свою очередь, реагирует на крупное объединение, обладающее большим объемом разнообразных ресурсов, а также признает наличие успешных практик, и предоставляет бизнесу необходимые условия для дальнейшего развития социальной ответственности. Бизнес, получая от власти новые административные, финансовые и другие ресурсы для реализации социальных проектов, направляет их на поддержание социальных структур Санкт-Петербурга: учреждений здравоохранения, образования, культуры, а также получает "обратную связь" от социальных структур. За счет системной эффективной поддержки социальных структур города происходит воспроизводство социальной среды, необходимое для обеспечения стабильного и успешного развития бизнеса. Данная необходимость вновь мотивирует бизнес на выработку новых предложений по улучшению институциональной, инвестиционной, информационной, налоговой сред и иных условий для развития КСО и на сотрудничество с представителями власти, чем перезапускает цикл воспроизводства. Помимо основных этапов цикла воспроизводит институты социальной ответственности бизнеса в модели также отражены другие связи и направления деятельности Объединения крупных социально ответственных предприятий Санкт-Петербурга: это двусторонне взаимодействие с НКО, малым и средним бизнесом Санкт-Петербурга, адресная поддержка и адресные социальные мероприятия, перераспределение ряда функций между органами власти и компаниями в отношении персонала. Предложенная модель решает ряд важных задач для региона Санкт-Петербург: обеспечивает стабильную социальную и институциональную среду для развития бизнеса и его социально-ответственных практик; за счет увеличения объема реализуемых социальных мероприятий, а также их качества и содержания, достигнутых в результате плодотворного взаимодействия власти и бизнеса, решает значительное число социальных проблем и задач города; **создает площадку для формирования государственной политики Санкт-Петербурга по вопросам социальной ответственности бизнеса, снимает с**

государственной власти Санкт-Петербурга часть социальной нагрузки; закладывает механизм открытого и продуктивного диалога бизнеса, власти и общества для решения других актуальных для города задач.

В Заключении диссертации подводятся общие итоги исследования и формулируются основные выводы, вошедшие в Положения на защиту.

Содержание диссертации отражено в следующих **публикациях автора**:

Публикации в рецензируемых научных изданиях, в том числе входящих в Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук:

1. Еремина Д.А. Характер влияния власти на формирование социальной ответственности компаний в современной России, 2011 // **Власть. - №12. - 2011. - С.54-56.**

Другие публикации:

2. Еремина Д.А. Власть, бизнес и общество: социальная ответственность и проблемы взаимодействия // Государственная власть и местное самоуправление в России: история и современность. Материалы 8-го Международного научного форума. Т.1 / Под общ. ред. А.С.Горшкова. - СПб.: Изд-во СЗАГС, 2009. - С.285-290.

3. Еремина Д.А. Проблемы диалога власти и бизнеса в контексте социальной ответственности // От кризиса к росту – стратегия инновационного развития. Материалы Международной научно-практической конференции. - М.: Изд-во РАГС, 2009. - С.70-77.

4. Определение основных направлений развития социальной ответственности бизнеса в России на основе анализа высказываний Президента РФ Д.А. Медведева" // Устойчивое развитие в условиях глобализации: реализация стратегии ЮНЕСКО на вторую половину Десятилетия образования в интересах устойчивого развития ООН. Материалы международной научно-практической конференции с участием кафедр ЮНЕСКО. - М.: Изд-во РАГС, 2010. - С.67-77.

Подписано в печать 20.11.2012г.
Формат 60х84 1/16. Бумага офсетная. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 1,2. Тираж 100 экз.
Заказ № 2910.

Отпечатано в ООО «Издательство “ЛЕМА”»
199004, Россия, Санкт-Петербург, В.О., Средний пр., д. 24
тел.: 323-30-50, тел./факс: 323-67-74
e-mail: izd_lemma@mail.ru
<http://www.lemaprint.ru>