Оглавление

[1. Охарактеризовать сущность корпоративного имиджа, деловой репутации и социальной ответственности. 1](#_Toc74407910)

[2. Привести и охарактеризовать основные концепции корпоративной социальной ответственности. 1](#_Toc74407911)

[3. Охарактеризовать модель пирамиды корпоративной социальной ответственности (пирамида А. Керолла). 1](#_Toc74407912)

[4. Роли, которые должна выполнять компания, использующая концепцию корпоративной социальной ответственности. 2](#_Toc74407913)

[5. Привести и охарактеризовать три основные компонента КСО по направленности действий. 2](#_Toc74407914)

[6. Факторы, воздействующие на укрепление взаимосвязи частного бизнеса и общества. 2](#_Toc74407915)

[7. Концепция заинтересованных сторон (стейкхолдеров). 4](#_Toc74407916)

[8. Охарактеризовать три направления оценки эффективности компании согласно концепции заинтересованных сторон. 4](#_Toc74407917)

[9. Основные преимущества социально ответственного поведения бизнеса согласно концепции заинтересованных сторон. 4](#_Toc74407918)

[10. Охарактеризовать американскую модель корпоративной социальной ответственности. 4](#_Toc74407919)

[11. Охарактеризовать европейскую модель корпоративной социальной ответственности. 5](#_Toc74407920)

[12. Провести сравнительную характеристику американской и европейской модели корпоративной социальной ответственности. 5](#_Toc74407921)

[13. Привести национальную модель корпоративной социальной ответственности США. 6](#_Toc74407922)

[14. Привести национальную модель корпоративной социальной ответственности Европы. 6](#_Toc74407923)

[15. Привести национальную модель корпоративной социальной ответственности Великобритании. 7](#_Toc74407924)

[16. Провести сравнительную характеристику национальных моделей корпоративной социальной ответственности. 8](#_Toc74407925)

[17. Охарактеризовать три уровня нормативно-правовой базы регулирования отношений корпоративной социальной ответственности. 8](#_Toc74407926)

[18. Стадии эволюции корпоративной социальной ответственности. 8](#_Toc74407927)

[19. Охарактеризовать приоритеты корпоративной социальной ответственности согласно представлениям менеджмента. 9](#_Toc74407928)

[20. Проблемы внедрения принципов корпоративной социальной ответственности в отечественной практике. 9](#_Toc74407929)

[21. Благотворительность как одно из направлений корпоративной социальной ответственности. 10](#_Toc74407930)

[22. Охарактеризовать сущность благотворительности. Привести основные формы благотворительности. 10](#_Toc74407931)

[23. Охарактеризовать сущность благотворительности. Привести преимущества и недостатки благотворительности. 10](#_Toc74407932)

[24. Охарактеризовать волонтерство как одно из основных направлений благотворительности. 10](#_Toc74407933)

[25. Социально ответственные программы как одно из направлений корпоративной социальной ответственности. 11](#_Toc74407934)

[26. Классификация социально-ответственных программ. 11](#_Toc74407935)

[27. Социально ответственный маркетинг как одно из направлений корпоративной социальной ответственности. 11](#_Toc74407936)

[28. Социальное предпринимательство как одно из направлений корпоративной социальной ответственности. 12](#_Toc74407937)

[29. Факторы, определяющие социальное предпринимательство. 12](#_Toc74407938)

[30. Основное отличие социального предпринимательства от обычного предпринимательства. 12](#_Toc74407939)

[31. Характерные особенности социального предприятия. 13](#_Toc74407940)

[32. Компоненты социального предпринимательства. 13](#_Toc74407941)

[34. Охарактеризовать некоммерческие организации, имеющие доходную деятельность. 14](#_Toc74407942)

[35. Охарактеризовать социально ответственный бизнес. 14](#_Toc74407943)

[36. Охарактеризовать компании, практикующие социальную ответственность. 14](#_Toc74407944)

[38. Классификация социальных предприятий. Характеристика применяемых социальными предприятиями бизнес-моделей. 15](#_Toc74407945)

[40. Сущность, объекты и источники корпоративной социальной ответственности. 16](#_Toc74407946)

[41. Классификация корпоративных социальных инвестиций. 16](#_Toc74407947)

[42. Раскрыть сущность механизма корпоративной социальной ответственности и следующие его составляющие: функции и органы. 17](#_Toc74407948)

[44. Раскрыть сущность механизма корпоративной социальной ответственности и следующие его составляющие: методы, инструменты и процедуры (механизм корпоративной социальной ответственности). 18](#_Toc74407949)

[45. Региональный аспект корпоративной социальной ответственности. 19](#_Toc74407950)

[46. Классификация социальной активности в местном сообществе. 20](#_Toc74407951)

[47. Формы социальной активности в местном сообществе. 20](#_Toc74407952)

[49. Классификация инструментов госрегулирования корпоративной социальной ответственности и проблемы их использования. 21](#_Toc74407953)

[50. Сущность государственно-частного партнерства. 22](#_Toc74407954)

[51. Критерии целей государственно-частного партнерства. 22](#_Toc74407955)

[52. Условия государственно-частного партнерства. 22](#_Toc74407956)

[53. Принципы государственно-частного партнерства. 22](#_Toc74407957)

[54. Направления государственно-частного партнерства. 23](#_Toc74407958)

[55. Кратко охарактеризовать основные формы государственно-частного партнерства в социальной сфере. 23](#_Toc74407959)

[56. Охарактеризовать формы государственно-частного партнерства в следующем направлении социальной сферы: сфера труда. 24](#_Toc74407960)

[57. Охарактеризовать формы государственно-частного партнерства в следующем направлении социальной сферы: сфера здравоохранения. 24](#_Toc74407961)

[58. Охарактеризовать формы государственно-частного партнерства в следующем направлении социальной сферы: сфера образования и сфера культуры. 24](#_Toc74407962)

[59. Преимущества государственно-частного партнерства для государства и для деловых кругов. 24](#_Toc74407963)

[60. Охарактеризовать целевые программы как форму государственно-частного партнерства. Этапы разработки целевых программ. 25](#_Toc74407964)

[61. Достоинства и проблемы использования государственных программ. 25](#_Toc74407965)

[62. Охарактеризовать государственные контракты как форму государственно-частного партнерства. 26](#_Toc74407966)

[63. Охарактеризовать арендные отношения как форму государственно-частного партнерства. 26](#_Toc74407967)

[64. Механизмы государственно-частного партнерства в форме концессий. Проблемы реализации государственно-частного партнерства в сфере экономики. 26](#_Toc74407968)

[65. Сущность, функции и стандарты социальной отчетности. 27](#_Toc74407969)

[66. Сущность социальной отчетности. Преимущества стандартов для компании и работников. 27](#_Toc74407970)

[68. Оценка управления корпоративной социальной ответственностью. 28](#_Toc74407971)

[69. Определение уровня корпоративной социальной ответственности по результатам деятельности компании. 29](#_Toc74407972)

[70. Профсоюзы Англии как основатели профсоюзного движения. 29](#_Toc74407973)

[71. История развития профсоюзов в Европе и США. 30](#_Toc74407974)

[72. Права профсоюзов в Европе. 34](#_Toc74407975)

[73. Профсоюзы и их деятельность в современных условиях. 34](#_Toc74407976)

[74. Три основных внешних фактора, противодействующих развитию профсоюзов в современную эпоху. 37](#_Toc74407977)

[75. Основные факторы кризиса «континентальных» профсоюзов. 37](#_Toc74407978)

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Охарактеризовать сущность корпоративного имиджа, деловой репутации и социальной ответственности.

Имидж является представлением общественности, целенаправленно формирующимся в массовом сознании с помощью системы связей с общественностью и ее инструментов (паблисити, рекламы, пропаганды, коммуникации). Иначе имидж организации можно рассматривать как существующую в сознании людей систему представлений и оценок.

ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ — это ценностные характеристики (такие, как аутентичность, честность, ответственность, порядочность и пр.), вызываемые сложившимся корпоративным имиджем.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ - сознательное отношение субъекта социальной деятельности к требованиям социальной необходимости, гражданского долга, социальных задач, норм и ценностей, понимание последствий осуществляемой деятельности для определенных социальных групп и личностей, для социального прогресса общества.

2. Привести и охарактеризовать основные концепции корпоративной социальной ответственности.

“**корпоративного эгоизма**” подчеркивает, что единственная ответственность бизнеса — увеличение прибыли для своих акционеров, т.е. использовать свои ресурсы и энергию в действиях, ведущих к увеличению прибыли и осуществляемых в рамках закона.

“**корпоративного альтруизма**”  включает в себя участие бизнеса в благотворительности и социальных проектах. Таким образом, компания понимается как социальная общность, в рамках которой собственники сотрудничают с менеджерами, поставщиками, персоналом, потребителями, представителями общественности, а социальная ответственность становится результатом их совместных действий. Распространена в Японии.

“**разумного эгоизма**” предполагает, что социальная ответственность бизнеса — это просто “хороший бизнес”, потому что это помогает уменьшить долгосрочные потери прибыли. Реализуя социальные программы, корпорация сокращает свои текущие прибыли, но в долгосрочном периоде времени формирует благоприятную социальную среду для своих работников и территорий своей деятельности, создавая при этом условия для стабильности собственной прибыли.

3. Охарактеризовать модель пирамиды корпоративной социальной ответственности (пирамида А. Керолла).



Э**кономическая** ответственность подразумевает непосредственную обязанность организации на рынке как производителя товаров и услуг удовлетворять какие-либо потребности потребителей и, таким образом, извлекать и свою прибыль.

**Правовая** ответственность подразумевает необходимость законопослушности бизнеса в условиях рыночной экономики, соответствие деятельности компании тем ожиданиям общества, которые зафиксированы в правовых нормах.

**Этическая** ответственность требует от деловой практики организации соответствия тем ожиданиям общества, которые не ого­ворены в правовых нормах, но основаны на существующих нормах морали.

**Филантропическая** или дискреционная ответственность побуждает фирму к благотворительным действиям, направленным на оказание помощи нуждающимся, в том числе при реализации социальных программ.

4. Роли, которые должна выполнять компания, использующая концепцию корпоративной социальной ответственности.

Роли предприятия в процессе реализации КСО: участник гражданского общества, производитель, работодатель, инвестор, объект инвестиций, участник конкурентной борьбы, участник социального развития.

5. Привести и охарактеризовать три основные компонента КСО по направленности действий.

*Социальное обязательство* – обязательство субъекта бизнеса выполнять свои экономические и юридические обязанности перед обществом. Если компания увязывает свою деятельность с выполнением определенных социальных обязательств, то она преследует социальные цели только в той мере, в какой последние способствуют достижению ее экономических целей.

*Социальное реагирование* – способность фирмы адаптироваться к изменяющимся общественным условиям. компании руководствуются социальными нормами, значение которых заключается в том, что они могут служить для менеджеров удобными и полезными ориентирами в процессе принятия управленческих решений. Важность - в замене общих рассуждений практическими действиями.

*Социальная ответственность* – обязательство фирмы преследовать долгосрочные общественно полезные цели, принятое ею сверх требуемого от нее, в соответствии с законодательством и экономическими условиями. Организация должна делать то, что направлено на совершенствование общества, и не делать того, что способно привести к его ухудшению.

6. Факторы, воздействующие на укрепление взаимосвязи частного бизнеса и общества.

– *глобализация,* то есть действия транснациональных корпораций, которые демонстрируют другим участникам рынка социально ответственное поведение;

– *конкуренция*, то есть социально ответственное поведение становится фактором конкурентоспособности компании;

– *обеспокоенность потребителей методами ведения бизнеса*;

– *рост доли среднего класса*;

– *государственная политика*.

7. Концепция заинтересованных сторон (стейкхолдеров).

при достижении целей деятельности организации следует принимать во внимание разнообразные интересы различных стейкхолдеров, которые будут представлять некий тип неформальной коалиции. Между стейкхолдерами также могут существовать различные отношения. Однако всех стейкхолдеров можно рассматривать как единое противоречивое целое.

Проблема: зачастую менеджеры принимают решения, которые ограничивают сферу выбора новых поколений в будущем.

Считая организацию открытой системой, многие социальные проблемы можно преодолеть, если переустроить основные институты и наладить эффективное взаимодействие «заинтересованных лиц» в системе.

8. Охарактеризовать три направления оценки эффективности компании согласно концепции заинтересованных сторон.

**Оценка эффективности компании проводится по трем направлениям:**

по увязке интересов всех стейкхолдеров,

по соответствию социальной политики руководства социальным ценностям общества,

по финансовому состоянию.

9. Основные преимущества социально ответственного поведения бизнеса согласно концепции заинтересованных сторон.

Снижение эксплуатационных расходов, повышение объема продаж, привлечение и сохранение клиентуры, рост производительности труда сотрудников и улучшение качества их работы, создание дополнительных возможностей для привлечения и сохранения персонала, снижение потребности в осуществлении надзорных функций, а также расширение доступа к капиталу, что в конечном счете ведет к улучшению финансовых показателей.

10. Охарактеризовать американскую модель корпоративной социальной ответственности.

**Американская модель**распространена в США, странах Латинской Америки, англоязычных странах Африки.

Ключевым аспектом  американской модели КСО является ориентация на развитие человеческого потенциала как в пределах компаний, так и в социуме в целом.

Выплаты и услуги из корпоративных фондов социальной защиты порождают у работников уверенность в завтрашнем дне, в том, что при любом стечении обстоятельств они будут социально защищены, а ухудшения условий жизни не будет допущено. Таким образом, работники становятся заинтересованнее, добросовестнее в исполнении своих трудовых обязанностей;

Укрепляется дисциплина труда, работники начинают бережнее относиться к имуществу предприятия, растет качество продукции, конкурентоспособность, работники оказываются заинтересованными  
в успехе и процветании предприятия и корпорации в целом;

*Формы государственного стимулирования в США*

вводятся льготы по налогу на прибыль,

сумма благотворительных вкладов вычитается из налогооблагаемого дохода и др.

На практике получается, что вложения корпораций в социальную сферу — это форма частичного косвенного государственного, финансирования социальной сферы. В условиях льготного налогообложения владельцы теряют намного меньше средств, чем номинально вкладывают.Это не простая трата финансовых ресурсов, а возможность улучшить свою репутацию в глазах общества, создать позитивный имидж компании.Государственное регулирование на основе экономических стимулов составляет основу американской модели корпоративной социальной ответственности, которая вполне оправдывает себя в течение многих лет.

11. Охарактеризовать европейскую модель корпоративной социальной ответственности.

Характерными особенностями этой модели является то, что КСО не является открытой линией поведения компании и, как правило, регулируется нормами, стандартами и законами соответствующих государств.

Европейская модель КСО основана на стейкхолдерском подходе. Ее фундаментальной основой выступает равноправное взаимодействие с множественными группами стейкхолдеров, начиная от местных сообществ, и заканчивая организациями, которые выражают общественно значимые интересы в сфере правовой защиты, экологии и пр. В рамках данной модели социальная ответственность бизнеса регламентируется на законодательном уровне, таким образом, КСО приобретает обязательный характер. Европейская модель, будучи основана на взаимодействии бизнеса с заинтересованными сторонами КСО, дает возможность выявить сферы потенциальных конфликтов между стейкхолдерами. Она же позволяет определить перспективные направления развития бизнеса, которые бы соответствовали локусам возникновения возможностей для дальнейшего его развития, ориентированного на долгосрочную перспективу. Модель данного типа делится на несколько подвидов. Основными из них считаются: Скандинавская модель; Южно-европейская модель; Континентальная модель.

12. Провести сравнительную характеристику американской и европейской модели корпоративной социальной ответственности.

Принципиальное различие моделей определяется следующим:

* бизнес самостоятельно определяет меру своего вклада в развитие общества
* официальные и неофициальные институты производят согласование общественных интересов, которые затем трансформируются в обязательные требования к бизнесу.

В соответствии с вариантом разрешения этой дилеммы модель считается, в терминологии Д. Маттена и Дж. Муна, «открытой» (США) и «скрытой» (Европа) формой КСО

Особенность американской модели КСО в том, что активность в этом направлении инициируется самими компаниями и предусматривает максимальную самостоятельность корпораций в определении своего общественного вклада.

КСО в континентальной Европе в большей степени зарегулирована государством. В отличие от США европейские корпорации более склонны к ограничению своей ответственности перед стейкхолдерами. Те виды деятельности компаний, которые традиционно рассматриваются в США как КСО, в Европе, как правило, регулируются нормами, стандартами и законами государства.

Американская модель корпоративной социальной ответственности отличается от Европейской модели корпоративной социальной ответственности по ряду признаков:

* мероприятия по корпоративной социальной ответственности, продаваемые американскими корпорациями, реализуются через благотворительные фонды;
* уровень социальной активности американских корпораций ниже по сравнению с европейскими корпорациями;
* основные отношения американских корпораций в сфере труда и социальной политики основаны на принципах индивидуализма;
* методы информационного сопровождения мероприятий по корпоративной социальной ответственности в США разностороннее, чем в Европе.

Различия между Европейской и Американской моделями корпоративной социальной ответственности в настоящее время стираются. И в практике все чаще можно встретить европейские компании, использующие американскую модель корпоративной социальной ответственности, и американские компании, применяющие европейскую модель корпоративной социальной ответственности.

13. Привести национальную модель корпоративной социальной ответственности США.

Экономика США характеризуется минимальным вмешательством государства в регулирование социально-экономических отношений. В то же время страна известна традициями систематического участия бизнеса в финансировании различных некоммерческих проектов. Основным инструментом проведения политики КСО для американских компаний становится создание корпоративных фондов, нацеленных на решение разнообразных социальных проблем посредством бизнеса. Социально ответственное поведение компаний поощряется налоговыми льготами и зачетами, закрепленными на законодательном уровне. Кроме того, в США имеется большой процент "этичных потребителей", которые предъявляют высокие этические требования к корпоративному сектору. Несмотря на эффективность, американская модель претерпевает некоторые изменения в направлении более активного вмешательства государства в социальные проблемы.

К особенностям американской модели, как правило, относят:

* -Выплаты и услуги из корпоративных фондов социальной защиты порождают у работников уверенность в завтрашнем дне, в том, что при любом стечении обстоятельств они будут социально защищены, а ухудшения условий жизни не будет допущено. Таким образом, работники становятся заинтересованнее, добросовестнее в исполнении своих трудовых обязанностей;
* -Укрепляется дисциплина труда, работники начинают бережнее относиться к имуществу предприятия, растет качество продукции, конкурентоспособность, работники оказываются заинтересованными в успехе и процветании предприятия и корпорации в целом;
* -Формы государственного стимулирования в США вводятся льготы по налогу на прибыль, сумма благотворительных вкладов вычитается из налогооблагаемого дохода и др.

На практике получается, что вложения корпораций в социальную сферу — это форма частичного косвенного государственного, финансирования социальной сферы. В условиях льготного налогообложения владельцы теряют намного меньше средств, чем номинально вкладывают. Это не простая трата финансовых ресурсов, а возможность улучшить свою репутацию в глазах общества, создать позитивный имидж компании. Государственное регулирование на основе экономических стимулов составляет основу американской модели корпоративной социальной ответственности, которая вполне оправдывает себя в течение многих лет.

14. Привести национальную модель корпоративной социальной ответственности Европы.

Характерными особенностями этой модели является то, что КСО не является открытой линией поведения компании и, как правило, регулируется нормами, стандартами и законами соответствующих государств. Модель КСО континентальной Европы можно охарактеризовать наличием государственного регулирования социальной сферы, поэтому эту модель зачастую относят к скрытым формам КСО 27 . Так, во многих европейских странах законодательно закреплены обязательное медицинское страхование и охрана здоровья работников, пенсионное регулирование, природоохранная деятельность предприятий и ряд других социально значимых вопросов. Другими словами, базовый уровень КСО для европейских компаний уже подразумевает большое количество социальных инициатив. Существуют определенные различия в применении принципов КСО в разных странах Европы. Однако схожего между ними больше. Схожесть проявляется в том, что европейские политики придают существенное значение поддержке всевозможных инициатив в области КСО, в том числе и на наднациональном уровне.

15. Привести национальную модель корпоративной социальной ответственности Великобритании.

Среди европейских моделей КСО особо интересна британская модель, где наряду с типично европейским вниманием государства и общества к социальной деятельности организаций присутствуют элементы инициации социальных программ со стороны частных компаний, поэтому данную модель КСО рассматривают как подмодель. Британская модель КСО характерна для Великобритании и стран Центральной Европы — Франции, Австрии, Германии. Отличительными чертами этой модели являются:

-широкое развитие сектора независимого консалтинга в области КСО;

-пристальное внимание финансового сектора к проектам в области КСО;

-повышенный интерес СМИ.

-система бизнес — образования;

-участие правительства в развитии КСО;

-ярко выраженная инициативность самого бизнеса в создании проектов в области КСО, (принцип добровольности).

Активная роль британского правительства выражается в:

-политике поддержки компаний, освещающих свою деятельность в социальной и природоохранной сфере;

-взаимоотношениях с персоналом.

Целый ряд законодательных актов устанавливает льготный режим налогообложения для компаний, ведущих свой бизнес социально ответственно и с позиций деловой этики, особенно в вопросах эффективного использования энергии, вторичной переработки отходов производства.

16. Провести сравнительную характеристику национальных моделей корпоративной социальной ответственности.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Модели КСО | Американская | Европейская |
| Форма КСО | Открытая | Скрытая |
| Экономическая ответственность | Направленность на соответствие с передовыми принципами корпоративного управления, достойного вознаграждения и защиты потребителя. | Законодательно установленные рамки поведения, например, 35-часовая рабочая неделя, МРОТ, регулирование сверхурочной работы, правила производства и тестирования мед.препаратов. |
| Юридическая ответственность | Невысокий уровень законодательно Закрепленных правил поведения корпораций. | Глубоко проработанное законодательство о правилах ведения бизнеса |
| Этическая ответственность | Тенденции преобладания поддержки местного сообщества. | Высокие налоги и высокий уровень государственной социальной защиты. |
| Благотворительность | Спонсирование искусства, культуры и университетского образования. | Высокое налоговое бремя переносит на государство ответственность за финансирование культуры, образования, т.п. |
| Стимулирующие / движущие силы КСО | Сами корпорации. НКО и сообщество | Сами корпорации. НКО и сообщество. Государство. |
| Тенденции социальной отчетности (СО) | Инициируется самим бизнесом. Стандарты хорошо адаптированы и широко применяются. Ориентирована на большинство стейкхолдеров. | Инициируется самим бизнесом. Стандарты хорошо адаптированы и широко применяются. Ориентирована на большинство стейкхолдеров. |

17. Охарактеризовать три уровня нормативно-правовой базы регулирования отношений корпоративной социальной ответственности.

– *государственный,* который включает общие нормы, правила и стандарты;

– *корпоративный*, который включает Кодексы поведения для группы компаний одной отраслевой принадлежности. Они разрабатываются профессиональными ассоциациями и имеют рекомендательный характер;

– *внутрикорпоративный,* который включает внутрикорпоративные Кодексы поведения, Этические кодексы компании, которые разрабатываются самими компаниями для закрепления обязательных для компании правил.

18. Стадии эволюции корпоративной социальной ответственности.

В развитии корпоративной социальной ответственности можно выделить три этапа.

Первый этап (1960-е — середина 1970-х) характеризовался расцветом *традиционной филантропии*(или благотворительности). Компании старлись максимально «разнести» деловую и социальную активность, делая основной упор на помощь наиболее незащищенным категориям населения (дети, инвалиды) или учреждениям культуры.

На втором этапе *стратегическая филантропия*(середина 1970-х — на­чало 1980-х). Она характеризуется готовностью получить оптимальную прибыль вместо максимальной. В основе этого подхода лежит желание бизнеса увязать решение социальных проблем со стратегическими целями самой компании.

На третьем этапе в середине 1980-х пришла концепция *корпоративного гражданства.*Компании не просто выделяют товары, деньги или своих сотрудников, а включаются в партнерские програм­мы всеми своими ресурсами.

19. Охарактеризовать приоритеты корпоративной социальной ответственности согласно представлениям менеджмента.

Проведенные **в России** исследования показали, что согласно представлениям менеджмента и общества в целом, **приоритеты КСО:**

1. Выпуск качественной продукции;

2. Соблюдение законов;

3. Уплата налогов в полном объеме;

4. Меры против загрязнения окружающей среды;

5. Забота о сотрудниках.

20. Проблемы внедрения принципов корпоративной социальной ответственности в отечественной практике.

Главная проблема состоит в постоянной “игре без правил”. Иностранные предприниматели и инвесторы, приходящие на российский рынок, бывают откровенно обескуражены неэтичным и даже криминальным поведением конкурирующих участников бизнеса, проблемами бюрократизации, коррупции, связей бизнеса с мафией, похищения или даже убийства как способа устранения конкурентов. Совершенно очевидно, что в силу запредельных рисков такой инвестиционный климат неприемлем для зарубежных инвесторов.

Другим препятствием на пути успешного распространения КСО в России является отсутствие стабильной институциональной среды, что не позволяет предприятиям инвестировать долгосрочные социальные проекты.

Серьезную проблему в развитии КСО в масштабах страны в целом составляет теневой сектор экономики, который помимо прочего связан с уклонением от уплаты налогов и выплатой «серых» заработных плат работникам.

Помимо прочего внедрение корпоративной социальной ответственности на уровне бизнес-организаций и страны в целом усугубляется такими проблемами, как:

Отсутствие единой государственной политики и законодательной базы в области КСО;

Недооценка роли этической составляющей КСО;

Отсутствие кодексов этики и развития этической политики на микроуровне;

Отсутствие подотчетности и низкий уровень траспарентности процессов, связанных с КСО и пр.

21. Благотворительность как одно из направлений корпоративной социальной ответственности.

Благотворительность (филантропия) и социальные инвестиции нахо­дятся на разных концах спектра. Филантропия, по определению, не может быть выгодной или взаимовыгодной. В ее основе лежит желание помочь ближнему без расчета на любое вознаграждение. Корпоративное граж­данство, напротив, по сути является своего рода сделкой, договором меж­ду бизнесом и обществом/государством, в котором бизнес за ответствен­ное отношение к потребностям общества рассчитывает на определенные преимущества для себя.

благотворительная ответственность призывает компании к добровольческому участию в реализации социальных программ, направленных на поддержание и развитие благосостояния общества. Но компании склонны приходить с благотворительными инициативами в рамках КСО в определенные и понятные им сферы: это образование, культура, поддержка молодежи или пожилых людей, спорт и досуг, реже – здравоохранение и правозащитная деятельность.

22. Охарактеризовать сущность благотворительности. Привести основные формы благотворительности.

Благотворительность – это оказание бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) помощи тем, кто в этом нуждается. Основные черты благотворительности: добровольный выбор вида, времени и места, а также содержания помощи. Это простейшая форма социальной ответственности. Благотворительность является спутником социального неравенства, практическим проявлением нравственности в современном мире. Благотворительность может быть частной, религиозной, корпоративной.

Формы благотворительности:

– передача еды, имущества, одежды, лекарств, иных предметов потребления, а также средств для их приобретения;

– выработка и передача знаний и умений, создание приемлемых условий (среды) для осуществления какой-либо деятельности;

– бескорыстное выполнение работ, оказание услуг.

Примерами последней могут быть участие в субботниках по уборке территории, участие в добровольных народных дружинах, пожарных дружинах.

23. Охарактеризовать сущность благотворительности. Привести преимущества и недостатки благотворительности.

**Достоинство благотворительности:** быстрое, гибкое, малозатратное укрепление общественной системы, в пределах которой она осуществляется.

**Недостаток благотворительности:** поощрение паразитизма.

24. Охарактеризовать волонтерство как одно из основных направлений благотворительности.

Корпоративное волонтерство – это безвоздмездное личное участие сотрудников компании в программах и различных инициативах на благо местного сообщества на добровольной основе. Работники могут осуществлять волонтерскую деятельность самостоятельно или от имени компании. Во втором случае компания направляет сотрудников в индивидуальном порядке или целыми группами в качестве временных работников в организации, в которых решаются задачи жизнедеятельности местного сообщества. Это могут быть юристы, бухгалтера, другие специалисты.

25. Социально ответственные программы как одно из направлений корпоративной социальной ответственности.

Социальные программы (социальные инвестиции). Эта форма предусматривает разработку, реализацию и оценку социальной сферы, направленную на повышение значимости компании в деловом сообществе, во властных структурах, в общественных кругах.

Основными инструментами корпоративной социальной ответственности являются социальные программы, добровольчество, или волонтерство, спонсорство и благотворительность.

26. Классификация социально-ответственных программ.

**1. По сфере реализации:**

– внутренние, которые направлены на решение проблем компании, например пенсионные программы, программы участия работников в прибыли, в управлении;

– внешние, которые могут быть региональными и федеральными. Региональные нацелены на оказание помощи местному сообществу, федеральные направлены на решение социально-значимых проблем всего общества. В России 60 % программ имеют внутренний характер, в Европе – внешний характер.

**2. По субъектам исполнения:**

– собственные программы компаний;

– программы партнерства с местными, региональными и федеральными органами государственного управления;

– программы партнерства с некоммерческими организациями, общественными организациями, профессиональными объединениями;

– программы информационного сотрудничества со СМИ.

**3. По направлению деятельности:**

* программы по развитию персонала. Эти программы включают профессиональное развитие, предоставление социального пакета, схемы мотивации труда, создание условий для отдыха и проведения досуга;
* по охране здоровья, созданию безопасных условий труда.
* программы, направленные на укрепление репутации и имиджа компании;
* программы по природоохранной деятельности и ресурсосбережению. Эти программы включают деятельность по экономичному потреблению природных ресурсов, предотвращению загрязнения окружающей среды, использованию экологически безопасных транспортных перевозок, мероприятия по озеленению территории;
* программы по развитию местного сообщества. Эти программы включают акции по поддержке пенсионеров, инвалидов, детей из малообеспеченных семей; поддержание объектов культуры и искусства, спортивных и образовательных организаций; поддержание социально значимых исследований.
* программы по распространению добросовестной практики между деловыми партнерами компании.

27. Социально ответственный маркетинг как одно из направлений корпоративной социальной ответственности.

**Социально ответственный маркетинг.**Это направление реализуется в нескольких видах: благотворительный маркетинг, продвижение социально значимой проблемы, корпоративный социальный маркетинг.

*Благотворительный маркетинг* – это маркетинг отдельного продукта. Сущность сводится к отчислению процента выручки от продажи продукта, связанного с определенной благотворительной акцией.

*Маркетинг, связанный с продвижением социально значимой проблемы –*это действия по продвижению определенной инициативы в области КСО путем сбора средств, организации партнерства с некоммерческими организациями, формирования волонтеров из сотрудников.

*Корпоративный социальный маркетинг*используется для помощи в проведении кампании по изменению поведения потребителя, улучшению системы здравоохранения, окружающей среды, общественного благосостояния. Его отличительная черта – фокусирование на изменении поведения потребителя.

+Социально ответственный маркетинг – это сфера сотрудничества бизнеса и некоммерческих организаций, которая проявляется, например, как одобрение ими продвижения какой-либо этической или экологической марки.

28. Социальное предпринимательство как одно из направлений корпоративной социальной ответственности.

**Социальное предпринимательство** *основано на совмещении экономических и социальных ценностей.*Теоретическую основу составляет концепция смешанных ценностей, сформулированная Джедом Эмерсоном (старший научный партнер Гарвардской школы бизнеса), согласно которой благо включает в себя 3 компонента: экономическую, социальную и экологическую ценность. Социальное предпринимательство - это довольно новое явление, которым называют деятельность как коммерческих, так и некоммерческих организаций, осуществляющих социальную функцию.

***Социальное предприятие*** (social enterprise) – *это бизнес-предприятие, организованное для создания социальной ценности, призванное смягчить или сократить социальную проблему, функционирующее на основе финансовой дисциплины, инноваций и порядка ведения бизнеса, установленного в частном секторе.* Сочетание инноваций и предпринимательства позволяет называть социальные предприятия *социальными венчурами.*

+***Венчурные предприятия***(venture company) – это обычно малые предприятия, занятые научными исследованиями, инженерными разработками, созданием и внедрением нововведений, в том числе по заказам крупных фирм и государственным субконтрактам. Венчурные предприятия относятся к рисковым формам бизнеса с неопределенным заранее доходом.

29. Факторы, определяющие социальное предпринимательство.

Факторы, определяющие социальное предпринимательство:

– миссия по созданию и поддержанию социальной ценности;

– выявление новых возможностей для реализации миссии;

– непрерывный процесс инноваций, адаптации и обучения;

– решительность действий, не ограничиваемая располагаемыми ресурсами;

– высокая ответственность предпринимателя перед клиентами и перед обществом.

30. Основное отличие социального предпринимательства от обычного предпринимательства.

Основное отличие социального предпринимательства от обычного предпринимательства – это **характеристика производимой ценности:**

– для обычного предпринимательства ценность имеет рыночный, экономический характер и выражается в категориях дохода и прибыли;

– для социального предпринимательства ценность – это преимущество, которое получает значимая часть общества или общество в целом от произведенной социальным предпринимателем «крупномасштабной трансформации». При этом целевыми группами, которым предназначена «ценность», служат наименее защищенные и наименее благополучные слои населения, не имеющие финансовых ресурсов, либо политических рычагов для достижения «получаемой в результате трансформации ценности» собственными силами.

31. Характерные особенности социального предприятия.

1. *Ориентация предприятия*напроизводство товаров и услуг для рынка.

2. *Цели: социальные, экологические.* Они имеют ясные социальные и /или экологические цели, выраженные в создании рабочих мест, обучении или предоставлении социальных услуг. И этические ценности могут включать повышение квалификации местных сообществ. Их прибыль преимущественно реинвестируется для достижения социальных целей.

3. *Общественная собственность,*котораяможет выражаться в общественном характере производимого продукта (услуги), общественном управлении. Структура управления и собственности обычно основана на участии групп стейкхолдеров (т.е. персонала, потребителей, представителей местного сообщества, инвесторов), либо попечителей и директоров, выступающих от имени более широкого круга стейкхолдеров. Они подотчетны своим стейкхолдерам и более широкому сообществу за социальные, экологические и экономические результаты деятельности предприятия.

4. *Социальный результат* – изменение за счет решения конкретной социальной проблемы, либо устранения «провала» рынка.

5. *Предпринимательский подход* использует бизнес-механизмы: инновации, стратегический менеджмент, маркетинг, дисциплину и организацию, присущие прибыльному бизнесу.

6*. Использование прибыли исключительно для выполнения социальной миссии.*

7. *Демократизация управления*за счет использования различных форм участия работников в управлении.

8. *Государственный и общественный контроль,*прежде всего, за целевым использованием государственных и других средств, выделенных по социальным программам и заказам.

32. Компоненты социального предпринимательства.

Компоненты социального предпринимательства:

1. Выявление устойчивого, несправедливого равновесия, определяющего социальную исключенность или страдание у части общества;

2. Выявление внутри несправедливого равновесия возможности для производства социального блага посредством творчества, прямого действия и смелости предпринимателя;

3. Достижение нового равновесия, высвобождающего скрытый потенциал, или облегчающего страдания целевой группы.

33. Провести сравнение организаций по отношению к социальной ответственности.

**Сравнение организаций по отношению к социальной ответственности**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Организации | Основанные на чистой филантропии | Гибридные | Основанные на чистой коммерции |
| Мотивы | Добрая воля | Смешанные мотивы | Личная выгода |
| Методы | Определяются миссией | Определяются сочетанием миссии и рынка | Определяются рынком |
| Цели | Создание социальной ценности | Создание социальной и экономической ценности | Создание экономической ценности |
| Назначение дохода и прибыли | Направлены непос-редственно на реали-зацию миссии НКО (определяется зако-ном или политикой организации) | Реинвестируется на реализацию миссии, на операционные расходы, используются для расширения и раз-вития бизнеса (мо-жет частично пере-распределяться между стейкхолде-рами) | Распределяется между акционерами и собственниками |

34. Охарактеризовать некоммерческие организации, имеющие доходную деятельность.

**Некоммерческие организации, имеющие доходную деятельность**, могут реализовывать отдельные формы доходной деятельности в двух формах: возмещение затрат и «заработанный доход».

Возмещение затрат означает частичное или полное покрытие расходов, связанных с некоммерческой деятельностью – в разовом или периодическом режиме. Например, оплата участия в мероприятиях, регистрационный взнос на конференции, плата за обучение и т.д. Система покрытия расходов всегда связана с конкретной программой, и по ее завершении деятельность по возмещению затрат приостанавливается.

Режим «заработанного дохода» – это систематическая деятельность по получению организацией дохода, которая может быть, а может не быть связана с основной миссией. Примеры деятельности: членские взносы, продажа публикаций или продукции, оказание консультационных услуг и т.п.

35. Охарактеризовать социально ответственный бизнес.

**Социально ответственный бизнес** – это прибыльные компании, преследующие двойную цель: получение прибыли для своих акционеров и содействие более широкой социальной пользе. Для социально ответственного бизнеса характерен частичный отказ от прибыли в пользу общества, поэтому в его бизнес-миссии заложены социальные цели.

36. Охарактеризовать компании, практикующие социальную ответственность.

**Компании, практикующие социальную ответственность** – это компании, которые ориентированы на решение финансовых задач, при этом занимаются еще и филантропией. Стратегическая филантропия помогает компаниям достичь максимизации прибыли и занять желаемую позицию на рынке, внося при этом вклад в общественное благо.

37. Две группы гибридных организаций в зависимости от назначения.

**Первая** **группа** включает НКО, имеющие доходную деятельность и собственно социальные предприятия. Их назначение – социальное воздействие.

**Вторая группа** включает социально ответственный бизнес, компании, практикующие социальную ответственность, традиционные прибыльные организации. Их назначение – зарабатывание прибыли.

38. Классификация социальных предприятий. Характеристика применяемых социальными предприятиями бизнес-моделей.

***1. По типу собственности:*** общественные, частные, кооперативные.

Общественная собственность сближает социальные предприятия с традиционным НКО. Общественный характер структуры собственности означает, что управляющий совет определяет стратегию и осуществляет финансовый надзор.

*Преимущества частной собственности на социальное предприятие:*

– возможность справедливого финансирования;

– прозрачность собственности на активы, их оценки;

– свобода продажи.

*Недостатки частной собственности на социальное предприятие:*

– возможен конфликт между мотиваций на создание прибыли и социальной миссией;

– жесткая финансовая зависимость и налоговые обязательства, что требует от него большей производительности, нежели удовлетворения социальных нужд.

***2. По степени интеграции социальной программы и бизнес- активности.***

– ***«встроенные»*** – *это социальные предприятия, в которых бизнес-деятельность организована непосредственно для реализации социальной программы.* При этом целевые социальные группы (клиенты, потребители, работники) интегрированы в модель как получатели социальных услуг.

Этот тип интеграции рождает наибольшее разнообразие моделей социальный предприятий, в том числе:

- модель предпринимательской поддержки;

- модель рыночного посредничества (содействия включению в рынок);

- модель занятости;

- модель платы за услуги;

- модель рынка для низкодоходных клиентов;

- кооперативная модель;

- модель рыночного сцепления.

– ***интегрированные*,** *когда бизнес-деятельность лишь частично покрывает социальную деятельность в рамках их социальной программы и организуется как механизм финансовой поддержки социальной программы.* Это может происходить через коммерциализацию услуг организации, которые продвигаются на широкий рынок, либо через предложение дополнительных (платных) услуг сложившемуся кругу клиентов.

– ***экстернализированные*,** когда бизнес-деятельность не связана с социальными программами и миссией организации. В этом случае деятельность социального предприятия отделена от деятельности НКО, хотя осуществляет финансовую поддержку социальных ее программ.

***Бизнес-модель*** – *это концепция бизнеса, положенная в основу деятельности компании.* Иначе называют архитектурой бизнеса. Она включает 4 основные компонента: (1) ключевая стратегия, (2) стратегические ресурсы, (3) потребительский интерфейс (4) ценностная сеть (сеть социальной поддержки на основе общих ценностей).

39. Организационно-правовые формы социальных предприятий в мировой практике.

1*. Казенное (госбюджетное) предприятие,* которое входит в государственный неприбыльный сектор и финансируется из государственного бюджета.

2. *Муниципальное предприятие*, финансируемое из муниципального бюджета.

3. *Социальный кооператив,*деятельность которого нацелена на удовлетворение социальных нужд граждан конкретного региона, города, территории.

4*. Потребительский кооператив.*

5. *Частное неприбыльное предприятие.*

6. *Предприятие самопомощи граждан*.

40. Сущность, объекты и источники корпоративной социальной ответственности.

**Корпоративная социальная ответственность бизнеса** – это концепция, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении жизни общества и защите окружающей среды.

***Объектами социального инвестирования*** являются объекты здравоохранения, охраны окружающей среды, техника безопасности, санитарно-гигиенические условия работы.

***Источники финансирования*** социальных инвестиций:

- *частные*, в этом случае государство выступает кредитором, обеспечивающим граждан долгосрочными кредитами целевого назначения с последующим погашением за счет личных доходов;

- *государственные;*

- *смешанные*.

41. Классификация корпоративных социальных инвестиций.

1. По целям:

- социальные инвестиции для обеспечения социальной безопасности и стабильности общества;

- реновационные социальные инвестиции, реализуемые для поддержания существующего уровня производства и предоставления социальных товаров и услуг;

- автономные, осуществляемые для повышения эффективности производства и предоставления социальных услуг;

- экстенсивные социальные инвестиции, осуществляемые для распространения существующих социальных технологий и удовлетворения социальных потребностей;

- инновационные социальные технологии, осуществляемые для приобретения и внедрения новых или принципиально новых социальных технологий, продуктов, услуг.

2. По типу инвестирования:

- непосредственно социальные инвестиции, то есть вложения в социальную среду, социально-экономическую, экологическую безопасность;

- опосредованные, то есть социальная составляющая производственных инвестиций. Например, инвестирование средств в детское дошкольное учреждение решает задачу занятости женщин, экономит средства компании на выплату пособий по уходу за ребенком, когда услугами этого учреждения пользуются женщины, работающие в этой компании. Финансовый доход компания получает за счет введения платы за пользование услугами учреждения.

3. По объекту инвестирования:

- инвестиции в объекты социальной среды. Социальной средой называют совокупность материальных, общественных, духовно-нравственных условий, в которых происходит жизнедеятельность населения.

- производственные инвестиции социальной направленности;

- инвестиции в ноосферу и креатосферу;

- инвестиции в человеческий капитал.

4. По уровням влияния реализации инвестиционного проекта:

- инвестиции макроуровня;

- инвестиции регионального уровня;

- инвестиции уровня компании;

- инвестиции на уровне домашних хозяйств.

5. По экономическому влиянию:

- инвестиции, обеспечивающие увеличение совокупных доходов компании;

- инвестиции, обеспечивающие снижение совокупных расходов компании.

6. По ожидаемому результату:

- инвестиции с прямым социальным эффектом, который проявляется через определенный период времени;

- инвестиции с рассеянным социальным эффектом, когда эффект невозможно определить непосредственно после окончания проекта, но он проявляется в будущем;

- инвестиции с косвенным социальным эффектом, которые вызывают мультипликативные изменения в социальной среде;

- инвестиции с опосредованным социальным эффектом, которые сначала вызывают изменения в другой сфере и только потом возвращаются в инвестируемую сферу.

42. Раскрыть сущность механизма корпоративной социальной ответственности и следующие его составляющие: функции и органы.

**Механизм** – это устройство для передачи движения, система, определяющая порядок какого-нибудь вида деятельности.

**Основная функция КСО** – защита интересов общества, согласование интересов бизнеса, государства и общества.

**Органы механизма КСО**:

– организации, проводящие сертификацию компаний на соответствие международным стандартам ISO;

– деловые ассоциации, распространяющие инструменты КСО;

– органы общественного экологического контроля и экологической экспертизы;

– государственные органы, занимающиеся разработкой мер регулирования, вовлечения, поощрения бизнеса, разработкой партнерств с бизнесом;

– общественные советы по развитию территорий, экологии при главах регионов, муниципальных образований;

– независимые негосударственные некоммерческие организации, занятые деятельностью по соблюдению прав человека, защите прав потребителей, защите окружающей среды;

– социальные сети по КСО, форумы как площадки для обсуждения интересов государства, бизнеса, общества (особенно развиты в Западной Европе);

– внесудебные органы по рассмотрению конфликтов между потребителями и компаниями.

43. Внутренние и внешние факторы, влияющие на поведение компании в области корпоративной социальной ответственности.

Внутренние факторы, связанные с решениями в области КСО:

– структура собственности. Замечено, чем выше уровень концентрации собственности, тем выше активность в сфере КСО;

– внутренняя система корпоративного управления. В советах директоров некоторых компаний действуют комитеты по КСО и этике, которые контролируют и направляют действия менеджмента в вопросах КСО;

– корпоративная стратегия и культура.

Внешние факторы, влияющие на КСО компаний:

1. Государство в лице законодательной и исполнительной власти;

2. Общество в лице некоммерческих организаций;

3. Финансовый рынок, финансовые учреждения, инвесторы;

4. Товарный рынок;

5. Рынок труда;

6. Деловое сообщество (ассоциации бизнеса, саморегулируемые организации);

7. Консалтинговые компании;

8. Образовательные учреждения;

9. Медиа-сообщество;

10. Религиозные конфессии (церковь).

44. Раскрыть сущность механизма корпоративной социальной ответственности и следующие его составляющие: методы, инструменты и процедуры (механизм корпоративной социальной ответственности).

**Механизм** – это устройство для передачи движения, система, определяющая порядок какого-нибудь вида деятельности.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Методы** | **Инструменты** | **Процедуры** |
| 1 | Методы нормативного регулирования деятельности компаний | Законы, Кодексы, стандарты | Лоббирование общественных интересов в рамках политического процесса, разработка и принятие Кодексов, стандартов |
| 2 | Методы взаимодействия с местными сообществами, органами государственной власти | Согласование интересов со стейкхолдерами: встречи, форумы, круглые столы.  Участие в жизни местных сообществ: благотворительность, социальные инвестиции | Обсуждение стратегии в сфере КСО.  Софинансирование с местной властью соци-ально-значимых проектов, выделение грантов.  Встречи со стейкхолдерами в рамках процеду-ры подготовки нефинансовой отчетности.  Подписание соглашений о социально-эконо-мическом партнерстве с органами власти |
| 3 | Методы информирования | Нефинансовые отчеты, корпоративные сайты, публикации в СМИ | Подготовка нефинансовых отчетов, распро-странение компаниями значимой информации через корпоративные сайты, СМИ и т.п. |
| 4 | Методы оценки компаний, общественных ожиданий и общественной обеспокоенности | Оценка компаниями систем менеджмента на соответствие стандартам ISO, оценка и сертификация товаров;  Этические принципы отношений к работникам, опросы общественного мнения, встречи со стейкхолдерами,  Оценка обеспокоенности: забастовок работников, митингов, демонстраций | Сертификация систем менеджмента на соот-ветствие ISO, сертификация и маркировка товаров;  Процедуры опроса общественного мнения, интервью, реагирование на проявление несо-гласия с действиями компаний |
| 5 | Методы сравнения компаний | Составление рейтингов социально ответст-венных компаний,  Индексы ответственных компаний;  Выбор лучшей компании года | Отбор, сравнение компаний по определенным критериям |
| 6 | Методы контроля со стороны общества и рынка (финансового, товарного, рынка труда) | Адвокатирование акционерами, участие в работе собрания акционеров,  Аудит корпоративной ответственности;  Общественный экологический контроль | Участие акционеров в ежегодном собрании акционеров;  Участие представителей общественности в социальном и экологическом аудите, общест-венных слушаниях в рамках процедуры оцен-ки воздействия инвестиционных проектов на окружающую среду;  Участие представителей общественности в проведении государственной экологической экспертизы |
| 7 | Методы поощрения со стороны потребителей, инвесторов, деловых партнеров, государства | Со стороны потребителей: покупка товаров этическими потребителями;  Со стороны инвесторов: покупка акций этическими фондами; пенсионными фондами;  Со стороны деловых партнеров и кредиторов: льготное кредитование, лучшие условия поставок;  Со стороны государства: госконтракты, налоговые и неналоговые льготы, моральное поощрение | Включение в тендеры на госконтракты требо-ваний на наличие отчетов в области КСО;  Принятие поправок к законам по поводу льгот |
| 8 | Методы популяризации норм ответственности поведения в обществе | Обучение;  Консалтинг;  Пропаганда через СМИ, культуру, искусство;  Разъяснение и убеждение | Обучение в рамках курсов по предпринима-тельской этике, КСО, устойчивому развитию;  Консультирование компаний по вопросам менеджмента, КСО, экоменеджмента;  Формирование образа ответственного гражда-нина и предпринимателя в СМИ. |

45. Региональный аспект корпоративной социальной ответственности.

Политика в отношении местных сообществ, иначе региональная социальная политика, означает взаимодействие компании с населением и органами власти территории, на которой она оперирует. В развитых странах она рассматривается как часть бизнес-стратегии компании, направленная на улучшение взаимоотношений с местными сообществами, улучшение репутации, получение или защита «лицензии на работу», повышение лояльности сотрудников, обеспечение выхода на новые рынки.

46. Классификация социальной активности в местном сообществе.

1. По уровню воздействия:

– направленность на внешний эффект;

– направленность на решение частной проблемы;

– направленность на структурное решение проблемы.

2. По сфере деятельности:

– в области образования;

– в области социальной среды;

– в области культуры, спорта.

3. По целям:

– репутационная;

– маркетинговая;

– минимизирующая риски;

– защитная.

47. Формы социальной активности в местном сообществе.

***Формы социальной активности в местном сообществе:***напрямую связанные с основной деятельностью компании и основанные на совмещении интересов компании и территорий.

*1. Формы, напрямую связанные с основной деятельностью компании:*

– внедрение стандартов ответственного поведения (Кодекс корпоративного поведения);

– привлечение местных поставщиков;

– программы развития малого бизнеса;

– социальные предприятия;

– социально ответственный маркетинг;

– привлечение клиентов к социальным проектам;

– продвижение новых технологий;

– подготовка и переподготовка кадров;

– продвижение социально значимых законодательных инициатив на местном уровне, связанных с бизнес-интересами компании;

– государственно-частное партнерство в виде концессий.

*2. Формы, основанные на совмещении интересов компании и территории:*

– прямые перечисления в бюджет на недофинансированные социальные расходы;

– адресная помощь социально незащищенным слоям населения;

– проектное финансирование (выделение грантов победителям ярмарок проектов, финансирование именных проектов и т.д.);

– конкурсное финансирование или софинансирование с местной властью социальных проектов или программ развития территорий;

– спонсорство или совместное проведение мероприятий;

– участие в разработке комплексных программ социально-экономического развития территорий;

– делегирование сотрудников в муниципалитеты и консультации по разработке предложений по оптимизации работы учреждений социальной сферы;

– обучение служащих муниципалитетов (например, навыкам установления партнерства, механизмам проектной деятельности и т.д.).

48. Модели взаимодействия бизнеса и власти в отечественной практике.

***Модель добровольно-принудительной благотворительности*** подразумевает диктат власти, когда бизнесу отводится роль исполнителя директив власти без экспертизы целесообразности финансируемой деятельности и оценки результатов. Социальная нагрузка в этом случае рассматривается как условие вхождение в рынок, способ преодоления административных барьеров. Это препятствует росту эффективности корпоративных программ.

***Модель торг*** строится по принципу «выгодно одному-невыгодно другому». В этом случае КСО рассматривается как инструмент политических манипуляций, давления сторон друг на друга, а население рассматривается как потенциальные избиратели.

***Модель «Город-комбинат»*** означает подмену бизнесом органов власти

в решении социальных проблем и финансирования социальной инфраструктуры, в том числе системы общего и профессионального образования, здравоохранения, досуга. В долгосрочной перспективе модель неэффективна, поскольку снижает конкурентоспособность компании.

***Модель «Социальное партнерство»*** основана на взаимодействии по принципу «выгодно каждому – выгодно всем». Это модель означает совместное определение приоритетов социальной политики местных сообществ и тех областей, где бизнес может принять активное участие. Это наиболее эффективная модель взаимодействия органов власти, бизнеса и общественных организаций, где органы власти играют функцию координатора социальных вложений и гаранта их эффективного и целевого использования. Эта модель реализуется путем образования советов по социальному партнерству в компаниях и советы по социальному партнерству при органах законодательной и исполнительной власти или в форме соглашений о социально-экономическом сотрудничестве.

49. Классификация инструментов госрегулирования корпоративной социальной ответственности и проблемы их использования.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Группы инструментов госрегулирования | | | |
| Прямые | Косвенные | | |
| Мотивация | Убеждения/информирования | Вовлечения |
| **Инструменты** | Законы, нормы, догово-ра, административное принуждение | Экономическая: налоги, льготы, преференции, субсидии  Неэкономическая: награ-ды, поощрения | Информирование, пропа-ганда | Государственно-частное партнерство, инициативы министерств, ведомств всех уровней власти |
| **Контроль** | Контроль на уровне ис-полнения законов, нор-мативных актов, догово-ров | Контроль на уровне раз-решения использования и правомочности исполь-зования налогов, льгот ит.д. | Опросы топ-менеджеров, представителей власти, потребителей, инвесторов | Контроль на уровне ис-полнения добровольных соглашений и обяза-тельств |
| **Проблемы реализации** | Являются инструмен-тами грубой настройки; могут встречать сопро-тивление со стороны бизнеса | Существуют проблемы координации | Сложность в оценке эффективности, большой временной лаг между пропагандой КСО и изменением существующих в обществе ценностей и норм | Инструменты вовлечения зависят от степени развития межсекторного взаимодействия, наличия социального диалога |

50. Сущность государственно-частного партнерства.

**Государственно-частное партнерство –**это взаимовыгодное средне- и долгосрочное сотрудничество между государством и бизнесом, реализуемое в различных формах и ставящее своей целью решение политических и общественно значимых задач на национальном, региональном и местном уровнях.

Государственно-частное партнерство возникает между органами публичной власти и субъектами негосударственного управления.

51. Критерии целей государственно-частного партнерства.

1. Цели должны быть направлены на удовлетворение интересов как можно большего количества граждан;

2. Достижение целей должно способствовать ускоренному развитию общества или отдельных его частей;

3. Достижение целей должно способствовать улучшению качества жизни граждан или слабо защищенных слоев общества;

4. Цели должны быть направлены на повышение конкурентоспособности промышленности или на решение проблем социально-экономического развития нашей страны.

52. Условия государственно-частного партнерства.

1. Объединение ресурсов, средств, собственности, усилий, направленных на реализацию государственной политики или удовлетворение общественных потребностей;

2. Предоставление льготных кредитов участникам;

3. Передача государственного или муниципального имущества, предназначенного для реализации проекта;

4. Предоставление некоторых преференций участникам на период реализации проекта;

5. Создание льготных условий согласования, устранение ненужных административных барьеров.

53. Принципы государственно-частного партнерства.

1. Общность интересов участников ГЧП при реализации государственной политики;

2. Добровольность участия в ГЧП;

3. Прозрачность выбора партнера из числа субъектов негосударственного управления. Это осуществляется путем прозрачности процедур (в том числе конкурсных), обнародования принимаемых решений, учета публичных интересов (путем проведения общественного обсуждения или общественной экспертизы),

4. Ориентация на получение измеряемого результата (количественного или качественного);

5. Учет общественного мнения о необходимости реализации проектов или программ на условиях государственно-частного партнерства на конкретных территориях.

54. Направления государственно-частного партнерства.

Различают три направления ГЧП:

– публичное партнерство (иначе партнерство в публично-правовой сфере);

– социальное партнерство (партнерство в социально-трудовой сфере); – экономическое партнерство (партнерство в сфере экономики).

Основные направления государственно-частного партнерства в публично-правовой сфере:

– охрана общественных интересов;

– гражданская служба;

– информационное взаимодействие;

– национально-культурная сфера;

– правотворчество и сорегулирование;

– охрана общественного порядка.

55. Кратко охарактеризовать основные формы государственно-частного партнерства в социальной сфере.

В сфере труда:

**–** коллективные переговоры по подготовке проектов коллективных договоров, соглашений и их заключение;

– взаимные консультации по вопросам регулирования трудовых отношений и совершенствованию трудового законодательства;

– участие работников или их представителей в управлении компаниями;

– участие представителей работников и работодателей в досудебном разрешении трудовых споров.

В сфере здравоохранения:

**–**проведение фармацевтическими компаниями благотворительных акций для малоимущих как вид социального партнерства с государством и обществом;

– развитие связей учреждений здравоохранения с частными структурами по обмену опытом работы и информационному взаимодействию в области охраны здоровья граждан (о состоянии рынка фармацевтических препаратов, о новых изделиях медицинской техники и изделиях медицинского назначения;

**–**проведение научно-прикладных исследований по профилактике заболеваний.

В сфере образования:

– направление граждан на обучение в государственное образовательное учреждение от имени какой-либо компании. При этом компания организует для него прохождение у себя производственной практики;

– участие органов региональной власти и бизнес-тренеров в процессе подготовки, переподготовки кадров, сертификации специалистов;

– создание совместных исследовательских, проектных и инновационных структур.

*Перспективные направления:*

– услуги по внешкольному, дошкольному, дополнительному образованию;

– создание ресурсных центров профессионального образования регионов;

– финансирование и проведение научно-исследовательских, проектных и инновационных структур.

В сфере культуры:

– прокат российских фильмов;

– модернизация системы телерадиовещания на территории РФ, в том числе проведение научно-технических работ по переходу на цифровое вещание, внедрение и освоение цифрового вещания.

Комплексная стратегия развития государственно-частного партнерства на федеральном уровне в сфере культуры также отсутствует.

В сфере жилищно-коммунального хозяйства признаки государственно-частного партнерства пока отсутствуют.

56. Охарактеризовать формы государственно-частного партнерства в следующем направлении социальной сферы: сфера труда.

**–** коллективные переговоры по подготовке проектов коллективных договоров, соглашений и их заключение;

– взаимные консультации по вопросам регулирования трудовых отношений и совершенствованию трудового законодательства;

– участие работников или их представителей в управлении компаниями;

– участие представителей работников и работодателей в досудебном разрешении трудовых споров.

57. Охарактеризовать формы государственно-частного партнерства в следующем направлении социальной сферы: сфера здравоохранения.

В сфере здравоохранения:

**–**проведение фармацевтическими компаниями благотворительных акций для малоимущих как вид социального партнерства с государством и обществом;

– развитие связей учреждений здравоохранения с частными структурами по обмену опытом работы и информационному взаимодействию в области охраны здоровья граждан (о состоянии рынка фармацевтических препаратов, о новых изделиях медицинской техники и изделиях медицинского назначения;

**–**проведение научно-прикладных исследований по профилактике заболеваний.

58. Охарактеризовать формы государственно-частного партнерства в следующем направлении социальной сферы: сфера образования и сфера культуры.

В сфере образования:

– направление граждан на обучение в государственное образовательное учреждение от имени какой-либо компании. При этом компания организует для него прохождение у себя производственной практики;

– участие органов региональной власти и бизнес-тренеров в процессе подготовки, переподготовки кадров, сертификации специалистов;

– создание совместных исследовательских, проектных и инновационных структур.

*Перспективные направления:*

– услуги по внешкольному, дошкольному, дополнительному образованию;

– создание ресурсных центров профессионального образования регионов;

– финансирование и проведение научно-исследовательских, проектных и инновационных структур.

В сфере культуры:

– прокат российских фильмов;

– модернизация системы телерадиовещания на территории РФ, в том числе проведение научно-технических работ по переходу на цифровое вещание, внедрение и освоение цифрового вещания.

Комплексная стратегия развития государственно-частного партнерства на федеральном уровне в сфере культуры также отсутствует.

59. Преимущества государственно-частного партнерства для государства и для деловых кругов.

**для государства:**

1. Возможность осуществления в кратчайшие сроки общественно-значимых проектов, малопривлекательных для традиционных форм частного финансирования;

2. Привлечение значительных негосударственных средств для инвестиций в объекты государственного значения;

3. Существенное сокращение государственных расходов на содержание и эксплуатацию объектов инфраструктуры;

4. Разделение рисков между государством и частными инвесторами;

5. Привлечение современных высокоэффективных технологий в развитие инфраструктуры;

6. Улучшение инвестиционного климата страны и региона.

**для деловых кругов**

1. Возможность доступа к традиционно государственным сферам экономики;

2. Возможность получения прямой государственной поддержки и участия;

3. Возможность долговременного размещения инвестиций под устраивающие гарантии;

4. Возможность выбора наиболее выгодного проекта;

5. Использование передового зарубежного опыта.

60. Охарактеризовать целевые программы как форму государственно-частного партнерства. Этапы разработки целевых программ.

Целевые программы. **Программа** – это форма хозяйственной деятельности, которая используется для регулирования и управления стратегией экономического, социального и научно-технического развития.

Программа представляет собой набор взаимосвязанных мероприятий, обеспеченных ресурсами и позволяющих реализовать намеченные цели в возможно короткие сроки и с относительно меньшими затратами.

**Этапы разработки целевых программ:**

*1. Выбор объекта программы.*При этом объект должен представлять стратегический приоритет и обеспечивать перелом траектории движения отрасли, сферы деятельности. Желательно формировать пакеты целевых программ, дополняющих друг друга и усиливающих программный эффект.

*2. Построение дерева «целей».*Дерево целей – **э**то целевая модель, которая получается путем определения генеральной цели программы и ее последовательной декомпозиции в цели первого, второго и третьего уровней. При этом цели более высокого уровня всегда носят более широкий характер и рассчитаны на достаточно длительный срок. Цели более низкого уровня выступают средствами достижения целей более высокого уровня.

61. Достоинства и проблемы использования государственных программ.

**Достоинства Государственных программ, что определяет их применение:**

– программы обеспечивают концентрацию ресурсов на наиболее перспективных и эффективных направлениях развития;

– обеспечивается дополнительный системный эффект от концентрации лучших ресурсов на узком поле прорыва;

– программы соединяют саморегулирование рыночной экономики с государственной поддержкой в решении стратегических проблем освоения инноваций, решении крупных социальных и экономических проблем.

За счет этого программы помогают преодолевать кризисы, повышают эффективность, гибкость и конкурентоспособность экономики, обеспечивают выход на новый, более высокий уровень.

**Проблемы использования государственных программ:**

– невысокая эффективность программ, обусловленная недоработками при формировании и реализации;

– отсутствие четких формулировок ожидаемых результатов использования бюджетных средств;

– недостаточно проработанные механизмы контроля выполнения;

– отсутствие правовой обеспеченности участия компаний в софинансировании проектов.

62. Охарактеризовать государственные контракты как форму государственно-частного партнерства.

Государственные контракты. Госконтракты означают размещение на предприятиях заказов на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд. В этом случае поставщикам товаров могут предоставляться льготы по налогообложению, целевые дотации, субсидии, субвенции, кредиты на льготных условиях.

63. Охарактеризовать арендные отношения как форму государственно-частного партнерства.

Лизинг. Лизинг предусматривает передачу государством в аренду частному сектору государственной собственности: зданий, сооружений, производственного оборудования, транспортных средств, инженерных комплексов. В качестве платы за переданное имущество государство взимает с частных компаний арендную плату.

Концессионные соглашения. Термин «концессия» означает в переводе с латыни «уступка», одобрение, разрешение. В настоящее время концессией называют договор, заключенный государством с частным предпринимателем на эксплуатацию промышленных предприятий или земельных участков.

64. Механизмы государственно-частного партнерства в форме концессий. Проблемы реализации государственно-частного партнерства в сфере экономики.

1. *Механизм «строительство-эксплуатация (управление)-передача».*В этом случае концессионер осуществляет строительство и эксплуатацию объекта на правах собственности за свой счет и на свой риск. По истечении определенного срока, в течение которого концессионер получает прибыль от эксплуатации объекта, и таким образом возмещает свои издержки, объект концессии передается в собственность государства. При этом возможно право концессионера на продолжение управления объектом.

2. *Механизм «реконструкция-управление-передача*» предусматривает замену строительства объекта реконструкцией. Он чаще всего применяется в транспортном и энергетическом секторах. Например, реконструкция автострад в Италии, Испании, Южной Корее, трубопроводов в Германии, электростанций в Индии, Турции, Таиланде, аэропортов в Египте, Греции, Канаде.

3. *Механизм «строительство-владение-эксплуатация (управление)-передача»* означает, что бизнес-структура получает право не только пользования, но и владения объектом в течение всего срока соглашения, после которого объект передается государству. Возможен и противоположный порядок действий: сначала государство финансирует и возводит инфраструктурный объект, затем передает в доверительное управление частному партнеру с правом постепенного выкупа.

4. *Механизм «строительство-передача-эксплуатация (управление)»* предполагает передачу объекта государству по завершении строительства, а потом эксплуатирует для возмещения издержек и получения прибыли. Это выгодная для государства схема, позволяющая контролировать объект концессии и влиять на концессионера, если его действия наносят ущерб.

5. *Механизм «проектирование-строительство-владение-эксплуатация (управление)-передача»* предусматривает не только строительство, но и проектирование инфраструктурного объекта.

6. *Механизм «строительство-эксплуатация (управление)-обслуживание-передача»* означает ответственность частного партнера в том числе за содержание и текущий ремонт сооруженного им инфраструктурного объекта.

***Проблемы реализации ГЧП в сфере экономики:***

1. Длительный процесс согласования проектов в недрах государственных структур;

2. Отсутствие реальной ответственности государственных структур за реализацию проектов;

3. Риск сокращения или прекращения финансирования проекта в случае изменения приоритетов бюджетных расходов;

4. Недостаток опыта и отсутствие квалифицированных специалистов у бизнеса и государственных органов по разработке, реализации и управлению проектами в сфере ГЧП;

5. Противоположные интересы федеральных, региональных и местных властей;

6. Сложность выхода из проекта и возврата осуществленных инвестиций;

7. Сложность разрешения конфликтных ситуаций с государственными структурами;

8. Ненадлежащее выполнение условий контрактов со стороны органов власти.

9. Недостаточно проработанная правовая основа.

65. Сущность, функции и стандарты социальной отчетности.

**Социальная отчетность** – это информационная база оценки социальной ответственности бизнеса.

**Основные функции нефинансовой отчетности**:

– информирование всех стейкхолдеров о деятельности компании;

– достижение доверия со стороны стейкхолдеров.

Существует несколько стандартов социальной отчетности, один из популярных «Стандарт АА 1 000», который опирается на оценку успеха компании в экономической, экологической и социальной сферах. Он построен по модели: видение-стратегия-планирование-взаимодействие-внедрение-отчетность-результаты-видение. Он включает процедуру и набор критериев, по которым может быть осуществлен социальный и этический аудит деятельности компании.

Стандарт SU 8 000 разработан с акцентом на улучшение условий труда работников.

Стандарт ISO 14 000 – это экологический стандарт. Он описывает социальную ответственность корпорации в области соблюдения экологических требований на производстве.

66. Сущность социальной отчетности. Преимущества стандартов для компании и работников.

**Преимущества стандартов для компаний:**

– улучшение морального климата через улучшение условий труда;

– установление надежных деловых отношений;

– повышение доверия со стороны потребителей и инвесторов;

– повышение качества продукции.

**Преимущества стандартов для работников:**

– улучшение повседневных условий труда;

– долгосрочные перспективы занятости путем защиты здоровья, благосостояния, возможности продвижения по службе;

– возможность социального диалога и содействие конкурентоспособности и устойчивости компании.

Результаты деятельности в сфере реализации принципов КСО формализуются в виде корпоративной социальной отчетности.

67. Основные тенденции в сфере нефинансовой отчетности. Информационная база для расчета индексов и оценки состояния корпоративной социальной ответственности.

Основные тенденции в сфере нефинансовой отчетности:

– широкое распространение нефинансовой отчетности. В настоящее время 41 % американских и 68 % европейских компаний ввели в свою практику социальную отчетность (иначе нефинансовую отчетность);

– принятие правительствами развитых стран законодательства, регламентирующего представление нефинансовой отчетности;

– разработаны и получили признание универсальные стандарты социальной отчетности;

– введена практика верификации нефинансовой отчетности и разработаны стандарты верификации.

**Информационная база для расчета индексов и оценки состояния КСО:**

1. Публичная информация из различных источников: официальный интернет-сайт компании, новостные ленты информационных агентств и регулирующих органов, годовой отчет, ежеквартальная отчетность (для акционерных обществ), годовой социальный отчет, годовая финансовая отчетность;

2. Внутренняя документация компании: Положения, Устав, Кодексы корпоративного поведения, этики и т.д.

3. Данные различных рейтинговых агентств.

4. Результаты опросов.

68. Оценка управления корпоративной социальной ответственностью.

|  |  |
| --- | --- |
| Область оценки | Направления анализа |
| Нормативное обеспечение процесса управления КСО | Приоритеты социальной политики.  Кодекс поведения (этический кодекс) компании |
| Структура управления КСО | Комитет по социальной ответственности и/или этике при совете директоров  Исполнительные органы управления социальной ответственностью |
| Программы обучения в области КСО | Наличие в компании обучения в сфере КСО  Процесс и методы обучения |
| Реализуемые социальные программы | Типы реализуемых социальных программ  Инструменты реализации социальных программ  Цикл управления социальными программами компании  Организация управления социальными программами компании  Применение механизмов внешнего администрирования социальных программ |
| Оценка и информирование заинтересованных сторон о результатах социальных программ | Оценка эффективности социальных программ компании  Обзор социальных программ компании |

69. Определение уровня корпоративной социальной ответственности по результатам деятельности компании.

По результатам анализа деятельности компании по этим направлениям предлагается определять уровень КСО в соответствии со следующей шкалой:

Первый уровень: социально-безответственный бизнес (теневой):

1. Отсутствие документального оформления трудовых отношений

2. Неуплата налогов и страховых взносов

3. Выпуск и реализация контрафактной продукции

4. Запрет на создание профсоюзной организации

5. Нарушение трудового законодательства в части обеспечения безопасных условий труда, его оплаты и соблюдения режима рабочего времени.

Второй уровень: базовый социально-ответственный бизнес (законопослушный).

Третий уровень: развивающийся социально-ответственный бизнес

Четвертый уровень: высокоразвитый социально-ответственный бизнес:

1. Соблюдение норм трудового, налогового законодательства, социального обеспечения и иных отраслей законодательства

2. Наличие профсоюзной организации и коллективно-договорное регулирование социально-трудовых отношений на протяжении всего периода существования компании

3. Наличие корпоративного социального пакета

4. Постоянное участие во Всероссийском конкурсе «Российская организация высокой социальной эффективности»

5. Участие в развитии социнфраструктуры региона общим объемом вложений свыше 5 % от суммы прибыли

6. Наличие новаторских идей и их реализация в сфере социального развития организации и инфраструктуры ее местонахождения.

70. Профсоюзы Англии как основатели профсоюзного движения.

Первые ассоциации рабочих имели строго локальный характер и объединяли только высококвалифицированных рабочих наиболее передовых отраслей. Так, одним из самых первых английских профсоюзов считается созданный в 1792 союз прядильщиков Ланкашира. Что касается неквалифицированных рабочих, то высокая безработица делала их легко заменяемыми, поэтому на первых порах они никак не могли противостоять произволу нанимателей, а потому оставались за рамками профсоюзного движения. С момента возникновения профсоюзов они ощущали жесткое воздействие со стороны работодателей и государства. Уже в 1799 и 1800 гг. английский парламент принял законы о рабочих коалициях, в соответствии с которыми профсоюзы и стачки категорически запрещались. За нарушение этих законов профлидерам грозило тюремное заключение, денежные средства подлежали конфискации. Однако эти законы не смогли усмирить рабочих, а, наоборот, стимулировали их объединяться в борьбе за свои права. Поэтому уже в 1824 антирабочее законодательство в Англии отменили, произошла фактическая легализация профсоюзов. Во Франции по закону Ле Шепелье 1791 году запрещались стачки, а создание рабочих коалиций объявлялось преступлением против «свободы и прав человека». Профсоюзы быстро стал массовым движением. Многочисленные местные профсоюзные организации стали налаживать связи друг с другом, чтобы обмениваться опытом и организовывать совместные действия. В 1834 по инициативе Роберта Оуэна был образован «Великий национальный союз тред-юнионов», но эта организация оказалась неустойчивой. Однако в 1868 движение к консолидации английских профсоюзов завершилось формированием «Конгресса тред-юнионов», который с тех пор и до наших дней является центральным координирующим органом профсоюзного движения Великобритании. Профсоюзное движение первоначально было чисто мужским, женщин в профсоюзы не принимали. Этим не без успеха пользовались предприниматели: используя новейшие разработки в области техники, упрощающие труд наемного работника, работодатели стремились заменить рабочих-мужчин на женщин как на более дешевую и менее организованную рабочую силу, привлекая их в качестве штрейкбрехеров. Так как право женщин на работу не признавалось даже их же коллегами-мужчинами, женщинам Англии пришлось создавать свои собственные профессиональные организации. Наиболее массовое из них, «Общество защиты и охраны женщин» (впоследствии ставшее Женской профсоюзной лигой), смогло в 1874–1886 организовать около 40 профсоюзных отделений для женщин-работниц. Лишь в начале 20 в. в Англии произошло слияние мужских и женских профсоюзов. Но и в наши дни в Англии, как и в других странах, доля членов профсоюзов среди женщин-работниц заметно ниже, чем среди работников-мужчин. Одновременно наблюдались и другие существенные изменения в английских профсоюзах – возникли Новые тред-юнионы. Первые крупные Новые тред-юнионы (Союз рабочих газовой промышленности, Союз докеров) были основаны в 1889. Ранее существовавшие профсоюзы строились по узкопрофессиональному (цеховому) признаку, т.е. объединяли только рабочих одной профессии. Новые профсоюзы стали строиться по производственному (отраслевому) признаку – в их состав входили рабочие разных профессий, но принадлежащие к одной отрасли производства. Кроме того, в члены этих профсоюзов впервые принимали не только высококвалифицированных рабочих, но и неквалифицированных. Под влиянием Новых тред-юнионов неквалифицированных рабочих начали принимать и в старые тред-юнионы. Постепенно новые принципы 3 членства стали общепринятыми, и уже к началу 20 в. разница между Новыми тред-юнионами и старыми во многом стерлась. В начале 20 в. профессиональные союзы Англии объединяли более половины всех рабочих страны (в 1920 – около 60%). Такая высокая организованность профсоюзного движения надолго сделала его влиятельным участником политической и экономической жизни страны. Если в Англии и США профсоюзы, как правило, выдвигали чисто экономические требования и подчеркнуто дистанцировались от радикальных (революционных) политических партий, то в других развитых странах профсоюзное движение конца 19 – начала 20 вв. оказалось более политизированным и революционным. В одних странах (Франция, Италия, Испания) профсоюзы попали под сильное влияние анархо-синдикалистов, в других (Германия, Австрия, Швеция) – под влияние социал-демократов. Приверженность «континентальных» профсоюзов левым идеям затянула процесс их легализации. Во Франции право организовывать рабочие союзы было официально признано только в 1930-е. В Германии гитлеровский режим уничтожил профсоюзы, их восстановили лишь после Второй Мировой войны.

71. История развития профсоюзов в Европе и США.

Прообразом современных профсоюзов можно считать «ассоциации ремесленников, именуемые также рабочими союзами или общинами подмастерьев, которые начали складываться в XIV в.» 1 . Уже в тот период отмечены их организованные действия, в том числе организация стачек подмастерьев. Это вызвало ответную реакцию органов государственной власти. Первым антикоалиционным английским законом стал Акт 1549 г., «запретивший мастерам и подмастерьям вступать между собой в соглашения по поводу условий труда» 2 . В дальнейшем коллективные действия рабочих пресекались как «нарушение принципа индивидуального самоопределения» 3 . Наиболее поучителен и интересен в этом плане опыт Франции, где первый запрет коалиций восходит еще ко временам Франциска I (начало XVI в.). В разгар Великой французской революции 14 мая 1791 г. в Национальное собрание вносится законопроект о запрете корпораций. 14 июня 1791 г. он единогласно вотируется и входит в историю по названием Закона Ле Шапелье (по фамилии докладчика данного Закона). В ст. 1 Закона указывалось: «… ни лавочники, ни рабочие, ни ремесленники не вправе выбирать от своих собраний президента, секретаря или синдика, составлять протоколы, совместно обсуждать и принимать решения и вырабатывать регламенты, касающиеся их мнимых общих интересов» 4 . За подобные действия предполагался «штраф в 500 ливров и лишение избирательных прав на один год (ст. 3)» 5 . Более того, утверждалось, что «… уничтожение всевозможных корпораций… составляет одно из основных положений французской конституции» 6 . Антирабочая направленность законодательства получила развитие и при Наполеоне. Он боролся с безработицей, но одновременно установил полицейский надзор за рабочими. В 1810 г. в уголовном порядке закрепляется «наказание за руководство или подстрекательство к коалиции до 5 лет лишения свободы» 7 . Английскими законами 1799 и 1800 гг. также запрещались соглашения рабочих с целью «добиться увеличения заработной платы, изменить или уменьшить рабочее время и др.» 8 . Только с начала XIX в. в Англии произошел перелом в отношении государства и общества к профессиональным организациям. В 1824 г. отменяется запрет на создание коалиций, а в 1825 г. принимается новый английский Закон, разрешающий коалиции рабочих. С этого времени получило развитие движение тред юнионов. Но сохраняется возможность уголовного преследования за всякие действия, которые могли нанести ущерб промышленности или стеснить промышленников, в том числе за стачки. Только широко развернувшееся движение рабочих за расширение своих прав (чартистское движение) в 30-40-х годов XIX в. привело к принятию ряда законов, ограничивающих свободу союзов. В 1871 г. Закон о профсоюзах ввел для них «добровольную государственную регистрацию и запретил их судебное преследование» 1 . Закон о заговоре и защите собственности (1875 г.) «отменил судебные преследования профсоюзов за организацию забастовок» 2 . Судебные иски в связи с нарушением коллективно-договорных соглашений запрещались Законом о профсоюзах 1871 г. Таким образом, коллективный договор был лишен правовых санкций, а его осуществление целиком зависело от воли работодателя и силы давления профсоюзов. Этот же Закон устанавливал порядок регистрации профсоюзов у Регистратора обществ взаимопомощи. «В 1906 г. законодательно снимаются последние ограничения в деятельности профсоюзов, подтверждается законность забастовок и отменяется гражданско-правовая ответственность тредюнионистов за убытки, причиненные стачкой» 3 . Гораздо сложнее ситуация складывалась во Франции. Закон 1849 г. «сохранил запрет на коалиции, но уравнял в этом запрете работников и работодателей» 4 . В 1864 г. коалиции разрешаются, но если численность персонала превышала 20 человек, то было необходимо разрешение администрации. Свободы собраний не было. Наконец, Закон 21 марта 1884 г. отменяет уголовное преследование за коалицию и провозглашает свободу ее создания. Окончательно этот принцип закрепился с отменой ст. 291-294 Уголовного кодекса Законом 1 июля 1901 г. Своеобразной формой регистрации профсоюза служила «передача его устава с указанием фамилии руководителя профсоюза на хранение в мэрию» 5 . В Северо-Германском союзе создание союзов разрешалось с 1832 г., но только с санкции правительства. Ранее Имперский цеховой устав 16 апреля 1731 г. запрещал коалиции под угрозой уголовного наказания. В 1848 г. уже законодательно признается свобода союзов и собраний. Наиболее разработанным был прусский Закон 1850 г. Наконец, 19 апреля 1908 г. принимается общеимперский Закон о союзах. Согласно ему «для создания союзов рабочих, преследовавших экономические цели, не требовалось предварительного разрешения» 6 . В США с 1869 г. действовала организация «Рыцари труда», объединившая впоследствии в своих рядах 700 тыс. членов. В начале 80-х годов XIX в. появляется Американская федерация труда (АФТ). В большинстве развитых стран к началу ХХ в. государственная регистрация профсоюзов не была обязательной. При этом приобретение прав юридического лица или сходных по объему прав было связано с моментом государственной регистрации. В большей части она носила уведомительный характер, хотя регистрирующий орган проводил правовую экспертизу устава и других учредительных документов. К тому времени на Западе свобода работника распоряжаться своим трудом неразрывно связывалась с правом на объединение в профсоюзы и правом на коллективные действия. В США в 1914 г. принимается Закон Клейтона, согласно которому «профсоюзы впервые не рассматривались как незаконные объединения, подрывающие свободу торговли» 7 . Однако в судебной практике Закон толковался в том смысле, что «профсоюзы не подпадают под действие антитрестовского законодательства только в том случае, если их действия носят правомерный характер» 8 . При этом решение вопроса о законности действий профсоюзов оставалось на полное усмотрение судей, которые выдавали единолично судебные предписания, содержащие требования воздержаться от определенных действий. Неисполнение предписаний влекло «наказание в виде штрафа или тюремного заключения за неуважение к суду» 1 . В целом Закон Клейтона не защитил в полном объеме профсоюзы от судебных предписаний, хотя и установил некоторые ограничения для их выдачи. Становление и развитие профсоюзного движения в разных странах происходило в целом по английскому образцу, но с запаздыванием и разными темпами. Например, в США первый общенациональный рабочий союз, «Рыцари Труда», возник в 1869. Рыцари труда. В последней трети XIX в. над страной пронесся «великий смерч». Одним из последствий этого популистского восстания против «аппетитов богачей» было возникновение общества «Рыцари труда». Сначала это было тайное общество, в которое могли вступать все, кроме «адвокатов, банкиров, биржевых спекулянтов или спекулянтов спиртными напитками и детективов Пинкертона». Позднее оно перестало быть тайным, и к 1886 г., к периоду расцвета, «Рыцари» насчитывали в своих рядах примерно 700 тыс. членов. Это движение явилось попыткой создать единый крупный профессиональный союз, представляющий всех рабочих. Но это был разнородный конгломерат, в котором оказались вместе и «цеховые союзы» квалифицированных рабочих, и «производственные союзы» всех рабочих данного предприятия или отрасли, и смешанные группы, состоящие из всех тех, кто желал вступить в его состав. «Рыцари» уделяли много внимания политической реформе и агитации. Некоторые из деятелей больше интересовались «возвышенными целями» и радикальными политическими переменами, чем повседневной борьбой за повышение почасовой заработной платы. В свое время число членов общества «Рыцари» быстро выросло. Но после нескольких неудачных стачек оно сократилось столь же стремительно. США были явно не восприимчивы к такого рода политическому рабочему движению, а организация «Рыцари труда» оказалась слишком непрочной, чтобы обеспечить себе сколько-нибудь постоянное влияние. Но к концу 19 в. они пришели в упадок, и крупнейшей национальной рабочей организацией стала основанная в 1881 Американская Федерация Труда, АФТ, возглавляемая Сэмюэлем Гомперсом. Основные принципы Гомперса: 1. Он настаивал на «деловом юнионизме», то есть на профсоюзном движении, ставящем своей целью повседневную борьбу за повышение заработной платы и лучшие условия труда и не участвующем в классовой борьбе за изменение общественного строя. Рабочие должны получать все больше и больше путем эволюции, а не насильственной революции. 2. Он построил АФТ на принципе федерализма, согласно которому каждый национальный союз имеет автономный суверенитет и «исключительную юрисдикцию» над своей профессией. Это означает, что АФТ не допускает «двойственного юнионизма», то есть что два союза не должны пытаться вовлечь в организованное движение одних и тех же рабочих, а рабочие не могут выделиться в отдельную группу из признанного ими национального союза. 3. Наконец, он настаивал на волюнтаризме, не допускающем вмешательства правительства в переговоры о заключении коллективных договоров ни на стороне трудящихся, ни на стороне предпринимателей. В политике он выступал за вознаграждение друзей рабочих и наказание их врагов. Однако он не связывал профсоюзы с какой-либо одной политической партией. Таким образом, АФТ почти во всех отношениях представляла собой полярную противоположность «Рыцарям труда». Когда «Рыцари» утратили свое влияние, роль АФТ возросла и продолжает расти и поныне. Можно сказать, что философия АФТ стала господствующей философией американского рабочего движения. В 1955 она слилась с Конгрессом производственных профсоюзов, КПП, с тех пор эту ведущую профсоюзную организацию США называют АФТ-КПП. Сопротивление предпринимателей профсоюзам было в этой стране очень долгим. Так, в 1920–1930-е Национальная ассоциация промышленников настояла на введении контрактов «желтой собаки», по условиям которых рабочие не должны были вступать в профсоюзы. Чтобы ослабить сплоченность объединенных в профсоюзное движение рабочих, американские предприниматели пошли им на дополнительные уступки 1 Там же. С.82. 6 – например, применяли участие в прибылях предприятия. Нетерпимость к профсоюзам сменилась в США их признанием только при «новом курсе» Ф.Д. Рузвельта: принятый в 1935 Национальный закон о трудовых отношениях (закон Вагнера) требовал от работодателей обязательного заключения коллективных договоров с профсоюзом, представляющим большинство работников. Великая депрессия США. На профсоюзы США оказало влияние два события, сыгравших главную роль в их взлете в 1936-1938 гг. Первым явилось основание в1936 г. Конгресса производственных профсоюзов (КПП, Congress of Industrial Organizations, CIO),который стремился организовать рабочих в союзы по отраслевому признаку. До этого союзы формировались в соответствии с «цеховым» принципом: все рабочие одной специальности входили в один и тот же профсоюз, вне зависимости от того, в какой отрасли они работали. Отраслевой же принцип сделал намного более легким процесс организации в союзы большого количества квалифицированных и неквалифицированных рабочих в каждой из отраслей. Вторым событием стало принятие Закона Вагнера в 1935 г. Этот закон запрещал нанимателям проводить политику ущемления прав работников, в частности дискриминацию членов профсоюзов или работников, подписавших протест против своей компании. Фирмам не разрешалось запрещать своим работникам организовывать союзы, и им вменялось в обязанность заключать договоры с профсоюзами, организованными их работниками. Закон Вагнера облегчил профсоюзам организацию рабочих и дал им возможность выдвигать иски против тех нанимателей, которые возражали против объединения своих работников в союзы. Быстрый рост профсоюзов сопровождался во время и после второй мировой войны многочисленными крупными забастовками и растущим пониманием того, что профсоюзам предоставлено слишком много власти. Закон Тафта - Хартли. Это понимание привело к тому, что в 1947 г. был принят Закон Тафта - Хартли, который урезал власть профсоюзов. Им была запрещена практика так называемого «закрытого цеха», при которой предпринимателю вменялось в обязанность нанимать только членов профсоюза. Практика «юнионизированных предприятий», при которой взятый на работу человек должен был в течение 30 дней вступить в профсоюз, была разрешена, однако штатам было предоставлено право принимать законы, ставящие эту практику вне закона. Такие законы, получившие название законов о праве на работу, ослабили профсоюзы, предоставив любому человеку, принятому на работу в фирме, право работать независимо от того, вступил он в профсоюз или нет. Двадцать штатов на юге, юго-западе, а также в равнинных районах приняли законы о праве на работу. Другое важное положение закона Тафта - Хартли предоставило президенту право запрещать забастовки на срок до 80 дней, если они ставят под угрозу функционирование всей экономики. Этот 80-дневный период предполагалось предоставить сторонам для того, чтобы «остыть» и достичь взаимного соглашения. Антипрофсоюзная ограничительная направленность Закона Тафта-Хартли была усилена Законом Лэндрама-Гриффина 1959 г., поставившего профсоюзы под еще больший контроль государственных органов, которые получили право регулировать проведение выборов в профсоюзные органы, определять размеры членских взносов, требовать представления в Министерство труда отчетов, копий уставов, постановлений профсоюзов и пр. Положения Закона Тафта-Хартли неоднократно подкреплялись впоследствии решениями Верховного суда США. Например, в 1984, 1985 гг. Верховный суд запретил оказывать давление на рабочих с тем, чтобы они вступали в профсоюз (однако разрешил вести среди них “разъяснительную работу”), поддержал практику запрета “закрытого цеха”, предоставил компаниям, “испытывающим финансовые трудности”, право разрывать трудовые отношения с организованными в профсоюз рабочими и пр. Закон Тафта-Хартли, при всей своей антипрофсоюзной направленности, привел к более жесткому упорядочению отношений между трудом и капиталом, внес видимую лепту в достижение согласия между ними и тем самым способствовал укреплению политической стабильности, в чем интересы американских предпринимателей и американских профсоюзов никогда не расходились.

72. Права профсоюзов в Европе.

73. Профсоюзы и их деятельность в современных условиях.

С течением времени функции профсоюзов несколько видоизменились. В наши дни профсоюзы оказывают влияние не только на нанимателей, но и на финансовую и законодательную политику правительства. Современные ученые, занимающиеся проблемами профсоюзов, выделяют две их основные функции – защитную (взаимоотношения «профсоюз – предприниматели») и представительскую (взаимоотношения «профсоюз – государство»). Некоторые экономисты добавляют к этим двум еще и третью функцию, экономическую – заботу о повышении эффективности производства. Защитная функция наиболее традиционна, она напрямую связана с социально-трудовыми правами работников. Речь идет не только о предупреждении нарушений предпринимателями трудовых прав работников, но и о восстановлении уже нарушенных прав. Уравнивая позиции рабочих и работодателя, профсоюз защищает наемного работника от произвола нанимателя. Самым сильным орудием профсоюзной борьбы долгое время были забастовки. Наличие профсоюзов на первых порах практически не было связано с частотой и организацией забастовок, которые оставались спонтанным явлением. Коренным образом ситуация изменилась после Первой Мировой войны, когда забастовки объединенных профсоюзами рабочих стали главным инструментом их борьбы за свои права. Демонстрацией этого стала, например, возглавленная Конгрессом тред-юнионов общенациональная всеобщая забастовка в мае 1926, охватившая все ведущие отрасли экономики Великобритании. Следует отметить, что в борьбе за интересы своих членов профсоюзы часто проявляют безразличие к интересам других работников, не входящих в профсоюзы. Так, в США профсоюзы ведут активную борьбу за ограничение миграции, поскольку иностранные рабочие «перебивают» работу у коренных американцев. Другой практикуемый профсоюзами метод ограничения предложения труда – это требования строго лицензировать многие виды деятельности. В результате профсоюзы обеспечивают своим членам более высокую зарплату, чем не состоящим в профсоюзах (в США – на 20–30%), но этот выигрыш, как считают некоторые экономисты, во многом достигается за счет ухудшения оплаты труда не состоящих в профсоюзах. В последние десятилетия понимание защитной функции профсоюзов несколько изменилось. Если ранее основной задачей профсоюзы считали повышение оплаты и условий труда, то сегодня их основная практическая задача состоит в том, чтобы не допустить увеличения уровня безработицы и повысить занятость. Это означает сдвиг приоритетов от защиты уже работающих к защите интересов всех лиц наемного труда. Функция представительства связана с отстаиванием интересов работников не на уровне фирмы, а в государственных и общественных органах. Целью представительства является создание дополнительных (по сравнению с уже существующими) льгот и услуг (по социальному обслуживанию, социальному обеспечению, дополнительному медицинскому страхованию и т.д.). Профсоюзы могут представлять интересы работников, участвуя в выборах органов государственной власти и органов местного самоуправления, выступая с предложениями о принятии законов, касающихся социально-трудовой сферы, участвуя в разработке государственной политики и государственных программ в области содействия занятости населения, принимая участие в разработке государственных программ охраны труда и т.д. Включаясь в политическую борьбу, профсоюзы активно занимаются лоббизмом – защищают прежде всего те решения, которые повышают спрос на производимые работниками товары и, тем самым, спрос на рабочую силу. Так, американские профсоюзы всегда активно выступали за меры протекционизма – ограничения ввоза в США зарубежных товаров. Для реализации представительских функций профсоюзы поддерживают тесные связи с политическими партиями. Дальше всего пошли английские профсоюзы, которые еще в 1900 создали свою собственную политическую партию – Комитет рабочего представительства, с 1906 – Лейбористская партия (в переводе – партия труда). Профсоюзы прямо финансируют эту партию. Схожая ситуация наблюдается в Швеции, где объединяющая подавляющее большинство наемных работников Шведская конфедерация профсоюзов обеспечивает политическое главенство Шведской социал-демократической партии. В большинстве стран, однако, профсоюзное движение разделено

на объединения с различной политической ориентацией. Например, в Германии наряду с ориентированным на сотрудничество с социал-демократами Объединением немецких профсоюзов (9 млн. чел.) действует более малочисленное Объединение христианских профсоюзов (0,3 млн. чел.), близкое к христианским демократам. В условиях обострения конкурентной борьбы профсоюзы стали осознавать, что благосостояние работников зависит не только от противоборства с предпринимателями, но и от роста эффективности труда. Поэтому современные профсоюзные организации почти не прибегают к забастовкам, активно участвуют в повышении профессиональной подготовки своих членов и в совершенствовании самого производства. Исследования американских экономистов доказывают, что в большинстве отраслей члены профсоюзов демонстрируют более высокую производительность (примерно на 20–30%). Если первая половина 20 в. стала апогеем профсоюзного движения, то во второй его половине оно вошло в полосу кризиса. Ярким проявлением современного кризиса профсоюзного движения является сокращение в большинстве развитых стран доли работников, входящих в профсоюзы. В США коэффициент юнионизации (степень охвата рабочей силы профсоюзным движением) упал с 34% в 1954 до 13% в 2002. Редко в какой стране (одно из исключений – Швеция) профсоюзы объединяют более половины наемных работников. Мировой показатель охвата трудящихся профсоюзным движением в 1970 составлял 29% для частного сектора, а к началу 21 в. упал ниже 13% (примерно 160 млн. членов профсоюзов на 13 млрд. наемных работников). Причины снижения популярности профсоюзов лежат как во внешних, не зависящих от профсоюзов явлениях общественной жизни, так и во внутренних характеристиках самих профсоюзов. Ученые выделяют три основных внешних фактора, противодействующих развитию профсоюзов в современную эпоху. 1. Возрастание международной конкуренции из-за экономической глобализации. По мере формирования международного рынка труда конкурентами рабочих из развитых стран мира становятся не только их безработные соотечественники, но и масса работников из менее развитых стран мира. Эта группа людей, обладая примерно тем же набором знаний, готова выполнять тот же объем работы за заметно меньшую заработную плату. Поэтому многие фирмы стран «золотого миллиарда» широко используют труд не входящих в профсоюзы рабочихмигрантов (часто нелегальных), или вообще переносят свою деятельность в страны «третьего мира», где профсоюзы очень слабы. 2. Упадок в эпоху НТР старых отраслей промышленности. Профсоюзное движение долгое время было основано на трудовой солидарности работников традиционных отраслей промышленности (металлургов, шахтеров, докеров и т.д.). Однако по мере развертывания НТР происходят структурные сдвиги – сокращается доля промышленной занятости, зато растет занятость в сфере услуг. Из наемных работников сферы услуг к членству в профсоюзах стремятся почти исключительно «синие воротнички» (работники с относительно низкой квалификацией), в то время как «белые» и «золотые воротнички» (высококвалифицированные работники) видят в профсоюзах не защитников своих прав, а проводников принудительной уравниловки. Дело в том, что в новых отраслях труд является, как правило, более индивидуализированным, поэтому работники стремятся не столько создавать «единый фронт» в борьбе за свои права, сколько повышать свою личную квалификацию и, тем самым, ценность в глазах работодателей. Поэтому, хотя в новых отраслях также возникают профсоюзы, они, как правило, малочисленнее и менее активны, чем профсоюзы старых отраслей. Так, в США в 2000 в отраслях промышленности, строительства, транспорта и связи доля членов профсоюзов составляла от 10 до 24% от числа занятых, а в сфере коммерческих услуг – менее 5%. 3. Усиление влияния либеральной идеологии на деятельность правительств развитых стран. Во второй половине 20 в., по мере роста популярности идей неоклассической экономической теории, отношения между правительством и рабочим движением начали ухудшаться. Особенно

заметна эта тенденция в Великобритании и США. Правительства этих стран в последние десятилетия 20 в. проводили целенаправленную политику поощрения конкуренции, направленную на снижение влияния профсоюзов и ограничение сферы их деятельности. В Великобритании правительство М.Тэтчер резко негативно высказывалось против деятельности профсоюзов, направленной на повышение заработной платы, так как это повышало стоимость британских товаров и делало их менее конкурентоспособными на международном рынке. Помимо этого, трудовые соглашения, по мнению консерваторов, понижали конкуренцию на рынке труда, не позволяя увольнять работников в зависимости от рыночной конъюнктуры. Принятые в начале 1980-х законы запрещали политические забастовки, забастовки солидарности, пикетирование поставщика предпринимателя, усложняли процедуру активных действий (вводилось обязательное предварительное тайное голосование всех членов профсоюза по вопросам о проведении акций протеста). Кроме того, некоторым категориям государственных служащих вообще запрещалось быть членами профсоюзов. В результате этих санкций доля членов профсоюзов среди рабочих Великобритании упала до 37,5% в 1991 и 28,8% в 2001. Еще хуже сложилась ситуация с профсоюзами в США. Рабочие ряда отраслей промышленности с традиционно сильным профсоюзным движением (сталелитейная, автомобильная, транспортная промышленность) были вынуждены согласиться на понижение зарплаты. Несколько забастовок потерпели сокрушительный крах (наиболее яркий пример – разгон профсоюза авиадиспетчеров в 1980-х, при Р.Рейгане). Результатом этих событий стало резкое понижение численности рабочих, желающих быть членами профсоюзов, которые оказались не в состоянии выполнять свои функции. За последние полвека своего существования легальные профсоюзы «вросли» в существующую систему, обюрократились и во многих случаях заняли обособленную от рабочих позицию. Постоянный штат сотрудников, бюрократические процедуры все больше отдаляют профсоюзных «боссов» от рядовых трудящихся. Не будучи, как раньше, сращенными с рабочими, профсоюзы перестают ориентироваться в тех проблемах, которые реально волнуют их членов. Другой фактор кризиса «континентальных» профсоюзов – это формирование глобального (европейского, в частности) рынка труда, что усиливает конкуренцию друг с другом рабочих всех стран ЕС при различиях в уровне зарплат в 50 и более раз. Такая конкуренция привела к тенденции уменьшения заработной платы, ухудшения условий труда, роста безработицы и временной занятости, разрушения социальных завоеваний и роста теневого сектора. Хотя экономическая глобализация требует международной консолидации профсоюзов, современное профсоюзное движение реально представляет собой сеть слабо связанных друг с другом национальных организаций, которые продолжают действовать в соответствии со своими национальными проблемами. Существующие международные профсоюзные организации – Международная конфедерация свободных профсоюзов (крупнейшая в мире – 125 млн. членов), Международные профсоюзные секретариаты, Европейская конфедерация профсоюзов и некоторые другие – пока еще не пользуются широким авторитетом. Поэтому давняя мечта радикальных профсоюзных активистов, создание всемирного «Единого Большого Профсоюза», пока остается только мечтой. Однако даже если профсоюзным организациям разных стран удастся наладить между собой сотрудничество, в долгосрочной перспективе профсоюзы обречены на постепенное отмирание. Профсоюз есть порождение индустриальной эпохи с типичным для нее противостоянием собственников капитала и наемных работников. Поскольку по мере приближения к постиндустриальному обществу этот конфликт теряет свою остроту, пропадает, то и профсоюзные организации классического типа тоже неизбежно будут терять свое значение. Вероятно, в ближайшем будущем центр профсоюзного движения будет смещаться из развитых стран в развивающиеся, где еще доминируют технологии и производственные отношения индустриального общества.

74. Три основных внешних фактора, противодействующих развитию профсоюзов в современную эпоху.

1. Возрастание международной конкуренции из-за экономической глобализации.

По мере формирования международного рынка труда конкурентами рабочих из развитых стран мира становятся не только их безработные соотечественники, но и масса работников из менее развитых стран мира. Эта группа людей, обладая примерно тем же набором знаний, готова выполнять тот же объем работы за заметно меньшую заработную плату.

2. Упадок в эпоху [научно-технической революци](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B0%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%BE-%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D1%8E%D1%86%D0%B8%D1%8F)и старых отраслей промышленности.

Профсоюзное движение долгое время было основано на трудовой солидарности работников традиционных отраслей промышленности (металлургов, шахтеров, докеров и т.д.). Однако по мере развертывания [научно-технической революци](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B0%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%BE-%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D1%8E%D1%86%D0%B8%D1%8F)и происходят структурные сдвиги - сокращается доля промышленной занятости, зато растет занятость в сфере услуг.

3. Усиление влияния либеральной идеологии на деятельность правительств развитых стран.

Во второй половине 20 в., по мере роста популярности идей неоклассической экономической теории, отношения между правительством и рабочим движением начали ухудшаться.

В последнее время образовалась пропасть между трудом и капиталом. Власти, контролируемые олигархами, никогда не пойдут на то, чтобы установление социальной справедливости стало главной задачей правительства, по своей сути буржуазного.

75. Основные факторы кризиса «континентальных» профсоюзов.

Когда государство всеобщего благосостояния проводит активную социальную политику, оно фактически перенимает функции профсоюзов, что ведет к ослаблению притока в них новых членов.

Другой фактор кризиса «континентальных» профсоюзов - это формирование глобального рынка труда, что усиливает конкуренцию друг с другом рабочих всех стран ЕС при различиях в уровне зарплат в 50 и более раз.

Хотя экономическая глобализация требует международной консолидации профсоюзов, современное профсоюзное движение реально представляет собой сеть слабо связанных друг с другом национальных организаций, которые продолжают действовать в соответствии со своими национальными проблемами. Существующие международные профсоюзные организации - Международная конфедерация свободных профсоюзов, Международные профсоюзные секретариаты, Европейская конфедерация профсоюзов и некоторые.

Однако даже если профсоюзным организациям разных стран удастся наладить между собой сотрудничество, в долгосрочной перспективе профсоюзы обречены на постепенное отмирание. Профсоюз есть порождение индустриальной эпохи с типичным для нее противостоянием собственников капитала и наемных работников. Поскольку по мере приближения к постиндустриальному обществу этот конфликт теряет свою остроту, пропадает, то и профсоюзные организации классического типа тоже неизбежно будут терять свое значение.