УДК 316.6 + 516

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОТНОШЕНИЙ В СИСТЕМЕ ВЛАСТЬ – БИЗНЕС – ОБЩЕСТВО

Хвесюк Наталья Георгиевна,
Южно-Уральский
государственный университет,
доцент кафедры
философии и социологии,
кандидат психологических наук,
доцент,
г. Челябинск, Россия.
E-mail: public74@mail.ru

Аннотация
Трансформация различных сфер социальной жизни в нашей стране проводится при использовании экономических и правовых рычагов «сверху вниз», тогда как особое значение приобретает социологический анализ в системе власть – бизнес – общество. Развитие коммуникаций и взаимодействия государственных и общественных институтов на основании диалога и обратных связей позволит сформировать оптимальные подходы к дальнейшему развитию социальных отношений в государстве, компаниях, корпорациях и обществе. А использование социально-психологических, нравственных, культурных механизмов в реализации необходимых изменений гарантирует максимальный эффект.

Ключевые понятия:
трансформация,
государство,
бизнес,
народ,
коммуникация,
общество,
социальные отношения,
формы собственности,
идентичность.

Государственные институты, призванные осуществлять координирующие функции, являются полноправными участниками не только политических процессов, но и экономических. Так, государственные программы поддержки малого и среднего бизнеса предоставляют льготные условия для ведения деятельности; в крупные корпорации, предприятия государство направляет своих полномочных представителей для осуществления дополнительного контроля над их деятельностью.

Трансформация всех сторон жизни современного российского общества реализуется в рамках различных государственных программ и реформ, которые проектируются «сверху вниз» без обратной связи в системе власть – бизнес – общество, без прогнозирования и расчетов общественной реакции на планируемые изменения, что значительно уменьшает эффект от реализации этих изменений. А политические, экономические, правовые механизмы государственного регулирования бизнес-пространства не учитывают противоречиво складывающиеся социальные отношения.

Следует помнить, что современный процесс взаимодействия государства, власти и социума строится во-первых, на основании требований общецивилизационных законов и передового мирового опыта; во-вторых, с учетом принципа ментальной идентичности; в-третьих, в условиях развития новой – информационной парадигмы экономической трансформации.

В новейших исследованиях обосновано существование новой парадигмы экономической науки и практики – информационной экономики, как результата информационной революции. Основной методологический концепт данной парадигмы состоит в том, что истоки многих типов поведения хозяйствующих субъектов коренятся в разном использовании информации в деятельности предприятий. Российский ученый К. Вальтух показал, что реальная информация превращается в виртуальную и наоборот. Поэтому наряду с позитивными результатами образуются негативные в форме «мыльных пузырей», когда объем выпускаемых компаниями акций в разы превышает их реальную капитализацию, что неминуемо ведет к кризису. Эта тенденция проявилась и в деятельности российских предприятий. Например, независимые экспертные центры считают, что электронные деньги сегодня в десятки раз больше, чем их обеспечение материальными активами. Доминирование в мире и в России монетарно-либеральной модели реформ перевернуло пирамиду ценностей с товарных

субстратов на денежные знаки, виртуальность стала реальностью.

В современной экономике система социальных отношений усложняется многократно, поскольку происходит осознанное и неосознанное переплетение реального (товарного) и виртуального (финансового, часто спекулятивного) капитала. Такое усложнение ведет к дополнительным трудностям в развитии социального партнерства. Наш бизнес нуждается в информационной прозрачности, направленной на достижение идентичности реальной капитализации компаний объемам их акций, других финансовых инструментов, циркулирующих в экономическом пространстве.

Сохранение стабильности и обеспечение динамичного развития общества самым непосредственным образом связано с перекосом в характере социальных отношений собственности в стране, где на одном полюсе рыночный фундаментализм и тотализм с неограниченной свободой, а на другом – ограниченность в жизнеобеспечении и бесправное положение большинства. Получается, что процессы формирования оптимальных, удовлетворяющих потребностям общества и государства отношений собственности в настоящее время проходят сложный, подчас слабоуправляемый, этап. Для выхода из положения нужен общественный диалог, чтобы выявить форму собственности, обладающую свойствами аттрактора, ментально-идентичную форму. История учит, что такими свойствами обладает народ как главный субъект или источник власти (согласно Конституции РФ).

Результаты проведенных автором исследований* показывают, что отношение к делу, которым они заняты, как к своему характерно для меньшей части представителей бизнеса (48,2%). Почти каждый четвертый из них (23,9%) относится к своему делу как к чужому. Это связано с тем, что только одна седьмая часть опрошенных являются владельцами фирм, а подавляющая часть – наемными менеджерами, без владения собственностью предприятия в форме акций (тогда как мировое бизнес-пространство уже давно считает систему хозяин – наемный работник неэффективной).

Наши опросы, проведенные 15 лет назад, в 1998 г., показали, что только 12,6% опрошенных хотели бы трудиться в статусе единоличного хозяина; еще 39,6% согласились бы быть сохозяином, совладельцем в частной фирме, т.е. реализовать право на часть собственности; трудиться в рамках семейного бизнеса готовы 12,8% респондентов; 8% опрошенных готовы работать в системе хозяин-наемный работник, а 14,7% – в системе государство-наемный работник.

Специфика отношения к собственности в российском обществе становится более понятной при анализе результатов исследований, отраженных в табл. 1.

Таблица 1

Какая форма собственности наиболее эффективна для нынешней России (в % к числу опрошенных)

Форма собственности	1998 г.	2011 г.
Государственно-общенародная	21,7	1,2
Государственно-коллективная	18,8	18,5
Коллективно-государственная	13,5	21,0
Коллективно-ассоциированная	12,1	17,3
Личная и частная	18,5	38,4
Затрудняюсь ответить	13,3	3,6

Сравнение результатов двух этапов исследования позволяет сделать выводы: во-первых, в 1998 г. опрошенные в большей степени ориентировались на государственно-общенародную и государственно-коллективную виды собственности, считая их наиболее эффективными для России, такой позиции придерживались более 40% опрошенных. Во-вторых, тогда только каждый пятый считал, что более эффективной является личная и частная соб-

* Здесь и далее используются результаты проведенных авторских исследований:

«Изучение потенциала развития корпоративных отношений в Челябинской финансовой строительной компании» (1998г. N=437). Опрос. Исследование проведено по квотной выборке, репрезентирующей работников по направлениям деятельности (строительство, снабжение и транспорт, прочее), должностной структуре.

«Исследование системы корпоративных отношений в российских компаниях» (2011 г. N=702). Опрос. В ходе исследования реализована трехступенчатая детерминированная выборка. В качестве базовых регионов для реализации выборки были отобраны (на основании данных Росстата): Москва – как наиболее развитый в рыночном отношении регион; Тюменская область, которая представляет собой обеспеченную ресурсами территорию; Челябинская область – со средним уровнем развития предпринимательства, и Орловская область – типичный регион для областей Центральной России, с элементами ограниченности ресурсного обеспечения деятельности бизнеса. На последней ступени реализована квотная выборка.

ственность, сегодня так считает почти 40%. В-третьих, большая доля опрошенных считают наиболее эффективной коллективные формы собственности, допуская участие государства в управлении компаниями. И в-четвертых, резко упала доля сторонников государственно-общенародной собственности, количество ее сторонников колеблется на уровне статистической погрешности исследования.

Таким образом, за период 1998–2011 гг. изменились ожидания народа в сторону приоритета частной собственности, но эти ожидания, как показывает практика, не оправдываются в силу разницы результатов между ожидаемой и реальной эффективностью реформ [4].

Проведенные исследования позволили выявить тенденцию: с увеличением полноты реализации статуса собственника изменяется степень оценки эффективности форм собственности в направлении от государственной до частной.

Если государственную, общенародную собственность считают эффективной только менеджеры, работающие по контракту, без владения собственностью, то преобладающая часть владельцев компаний более эффективной считает личную и частную собственность (82,4% и 49,4% соответственно).

Предпочитаемая оценка наиболее эффективной для современной России формы собственности влияет на выбор поведения в моделируемой ситуации выбора формы собственности при организации своей фирмы (см. табл. 2).

Таблица 2

Какую форму собственности вы положили бы в основу своего предприятия? (в % от общего числа опрошенных)

Форма собственности	1998 г.	2011 г.
Государственная, общенародная	1,8	0,3
Государственная, коллективная	1,8	3,3
Коллективно-государственная	2,3	13,2
Коллективно-ассоциированная	22,2	18,2
Личная и частная	37,8	62,3
Затрудняюсь ответить	34,1	2,7
Всего	100	100

Несмотря на то что в 1998 г. опрошенные наиболее эффективной для России считали государственно-общенародную и государственно-коллективную формы собственности, значительная часть респондентов сделала выбор в пользу предприятий с личной, частной собственностью, или же с коллективно-ассоциированной формой собственности.

В 2011 г. затруднившихся среди моделирующих ситуацию почти нет: около двух третей выбрали бы для своего предприятия частную форму собственности. Таким образом, за прошедшее десятилетие в несколько раз возросла доля тех, кто при вложении своего капитала отдал бы предпочтение предприятию с коллективно-государственной формой собственности. На наш взгляд, данный выбор сделали те, кто за прошедшие годы получил положительный опыт функционирования таких предприятий. С одной стороны, они имеют необходимую государственную поддержку а с другой – предприниматель имеет возможность самостоятельно принимать решения и получать соответствующую прибыль.

Так же, в рамках прожективной ситуации вложения «свободного» капитала, представители малого бизнеса в 80% случаев сделали бы ставку на частное предприятие, то представители крупного бизнеса более чем в половине случаев (51,3%) сделали бы ставку на смешанную форму собственности – на коллективно-ассоциированную или же на коллективно-государственную, так как крупный бизнес считает такие формы собственности более защищенными от рисков, а также от рейдерских захватов.

Полученные данные подтверждаются и моделированием ситуации размещения капитала представителями компаний, имеющих различный масштаб деятельности: представители тех компаний, которые работают в рамках района, областного центра или региона, в подавляющей своей массе ориентируются на частную собственность предприятия. А те, что работают в рамках нескольких регионов, отдают предпочтение коллективно-государственной или коллективно-ассоциированной собственности.

Таким образом, в последние годы в экономике страны, и прежде всего в сфере отношений собственности, произошли существенные структурные изменения в системе «власть – бизнес – общество», стал очевиден дефицит дискурса в рамках выявления ментально-идентичной формы собственности. Сохранение своей идентичности, как доказывает и западная наука (например, в лице М. Кастельса), – это мощный рычаг и для национального роста, и для выхода из кризиса. Община – артель – трудовой коллектив – акционерное общество – вот

эволюция ментальной формы нашего экономического бытия.

В этой связи развитие коллективных, корпоративных форм ведения бизнеса можно рассматривать как необходимое и действенное средство повышения эффективности развития и отдельных бизнес-единиц, и экономики в целом. При этом на первый план выходят вопросы взаимодействия, коммуникации бизнеса с социально-политическими, экономическими, властными и правовыми институтами, главное – с институтами гражданского общества. Поскольку сегодняшнее положение дел приводит к тому, что главный субъект социальных отношений – социум – превращается для управленческого звена в «вещь в себе», в желаемое молчаливое большинство, которое оказывается за рамками интересов государственных и коммерческих организаций.

В качестве института государственного управления отношения собственности выступают как необходимый элемент, особое звено в механизме взаимодействия государства и общества [3]. А в качестве социального института отношения собственности выступают как система социальных отношений, норм права и морали, экономических связей, возникающих в процессах владения, распоряжения и потребления собственности.

Развитые социальные отношения в системе государство – бизнес – общество позволяют реализовать ее функции: мотивирование социальной и экономической активности общества; стимулирование политической активности общества; оптимизация социальной сферы; обеспечение социально-политической стабильности; упорядочение социальной структуры общества; нейтрализация социальных девиаций; трансформация базовых компонентов общественного сознания.

Исследования мировой науки свидетельствуют, что в целях преодоления системного кризиса особое значение приобретает усиление роли государства в управлении мировым порядком в XXI веке [8]. С другой стороны, требуется развитие экономической демократии на основе корпоративного управления отношениями собственности, где реализуются функции народовластия в корпорациях и компаниях, работающих на принципах акционерного общества.

В этой связи правомерно говорить о развитии социального партнерства государственных и бизнес-структур, бизнеса и общества, когда решение государственных задач отражает проблемное поле функционирования бизнеса, которое определяется не только потребительскими свойствами общества, но социальной справедливостью.

Оценивая свое материальное положение в системе отношений собственности, индивид сравнивает его с эталоном, заданным в обществе. Основываясь на различных теоретических построениях, можно предположить, что ведущим как социальным, так и психологическим регулятором восприятия и оценки человеком отношений к собственности выступает его материальное благосостояние как компонента цели и смысла жизни.

Социальные отношения собственности как базисная системообразующая экономико-политическая и социолого-психологическая платформа являются той сферой, в которой задается энергетика мотивов, детерминирующих интенсивность проявления социальных отношений, в том числе и в корпоративных структурах. Для этого важно, чтобы общественный имидж отечественных корпораций был реально, а не виртуально высок. Мотивация к участию в корпоративных отношениях, социальном партнерстве определяет состояние стабильности-нестабильности в социально-политической, экономической, духовно-нравственной, этнополитической и других сферах жизнедеятельности наших граждан. По состоянию дел в этих сферах можно судить об уровне управления, о создании алгоритма развития социальных отношений в обществе.

Сегодня наше правительство настаивает на прозрачности деятельности субъектов всех видов и направлений. Такая информационная открытость предполагает наличие честности в их деятельности. Насколько это возможно – покажет время. Однако времени остается все меньше. Дело в том, что «информационное время» (В. Попов) сегодня обгоняет время политическое и даже биологическое. Бесспорно, необходима ликвидация теневой экономики, обеспечение прозрачности деятельности государственных и коммерческих организаций. Тем самым государство и бизнес получат необходимый кредит доверия в народе.

Исследование показало, что в управлении российской экономикой доминируют социальные отношения, формируемые на основе виртуальной коммуникации, когда все решения принимаются «сверху» и направляются «вниз», и не сформирована обратная связь, которая сегодня сводится к формальному участию акционеров (народа) в принятии решения. Продолжающийся мировой кризис, результаты российских реформ, снижение в Российской Федерации роста ВВП требуют, на наш взгляд, проявления функций сильного государства в контексте научного демократического подхода в государственном

регулировании российского бизнеса в целях оптимизации социальных отношений в системе государство – бизнес – общество.

1. Вальтух, К.К. Информационная теория стоимости [Текст] / К.К. Вальтух. Новосибирск, 1996. 412 с.
2. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Текст] / Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
3. Кушлин, В.И. Государственное регулирование экономики [Текст] / В.И. Кушлин. М., 2013. 495 с.
4. О чем мечтают россияне (размышления социологов). Аналитический доклад подготовлен Институтом социологии РАН в сотрудничестве с Представительством Фонда имени Фридриха Эберта в Российской Федерации [Текст]. М., 2012. 181 с.
5. Попов, В.Д. Информационно-психологический фактор современного кризиса [Текст] / В.Д. Попов. М., 2009. 44 с.
6. Стиглиц, Дж. Глобализация: тревожные тенденции [Текст] / Дж. Стиглиц. М., Мысль, 2004. 304 с.
7. Стиглиц, Дж. Информация и смена парадигмы в экономической науке [Текст] / Дж. Стиглиц // сб. Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков. В 5 т. Т.V в 2-х кн. Всемирное признание: лекции нобелевских лауреатов. Кн. 2. М.: Мысль, 2004. 534–629 с.
8. Фукуяма, Фр. Сильное государство: управление и мировой порядок в XXI веке [Текст] / Фр. Фукуяма. М., 2006. 220 с.
9. Хвесюк, Н.Г. Корпоративное управление отношениями собственности: социологический анализ [Текст] / Н.Г. Хвесюк. М.: Столичный бизнес, 2012. 322 с.
10. Хвесюк, Н.Г. Отношения собственности в российских компаниях: социологический анализ[Текст] / Н.Г. Хвесюк. М.: Столичный бизнес, 2011. 160 с.

1. Val'tuh, K.K. Informacionnaja teorija stoimosti [Tekst] / K.K. Val'tuh. Novosibirsk, 1996. 412 s. (Russian).
2. Kastel's, M. Informacionnaja jepoha: jekonomika, obshhestvo i kul'tura [Tekst] / Per. s angl. pod nauch. red. O.I. Shkaratana. M.: GU VShJe, 2000. 608 s. (Russian).
3. Kushlin, V.I. Gosudarstvennoe regulirovanie jekonomiki [Tekst] / V.I. Kushlin. M., 2013. 495 s. (Russian).
4. O chem mechtajut rossijane (razmyshlenija sociologov). Analiticheskij doklad podgotovlen Institutom sociologii RAN v sotrudnichestve s Predstavitel'stvom Fonda imeni Fridriha Jeberta v Rossijskoj Federacii [Tekst]. M., 2012. 181 s. (Russian).
5. Popov, V.D. Informacionno-psihologicheskij faktor sovremennogo krizisa [Tekst] / V.D. Popov. M., 2009. 44 s. (Russian).
6. Stiglic, Dzh. Globalizacija: trevozhnye tendencii [Tekst] / Dzh. Stiglic. M., Mysl', 2004. 304 s. (Russian).
7. Stiglic, Dzh. Informacija i smena paradigmy v jekonomicheskoj nauke [Tekst] / Dzh. Stiglic // sb. Mirovaja jekonomicheskaja mysl'. Skvoz' prizmu vekov. V 5 t. T.V v 2-h kn. Vsemirnoe priznanie: lekcii nobelevskih laureatov. Kn. 2. M.: Mysl', 2004. 534–629 s. (Russian).
8. Fukujama, Fr. Sil'noe gosudarstvo: upravlenie i mirovoj porjadok v HHI veke [Tekst] / Fr. Fukujama. M., 2006. 220 s. (Russian).
9. Hvesjuk, N.G. Korporativnoe upravlenie otnoshenijami sobstvennosti: sociologicheskij analiz [Tekst] / N.G. Hvesjuk. M.: Stolichnyj biznes, 2012. 322 s. (Russian).
10. Hvesjuk, N.G. Otnoshenija sobstvennosti v rossijskih kompanijah: sociologicheskij analiz[Tekst] / N.G. Hvesjuk. M.: Stolichnyj biznes, 2011. 160 s. (Russian).

UDC 316.6 + 516

SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF RELATIONSHIP IN THE SYSTEM: POWER – BUSINESS – SOCIETY

Hvesyuk Natalya Georgievna,
South-Urals State University,
Associate Professor of the Chair of Philosophy and Sociology,
Candidate of Psychological Sciences,
Associate Professor,
Chelyabinsk, Russia.
E-mail: public74@mail.ru

Annotation
Transformation of different spheres of social life in Russia is held with the use of economic and law "top-down" levers, and sociological analysis in the system power-business-society is becoming of fundamental importance. Development of communications and interrelations between state and public institutions on the basis of a dialogue and feedback makes it possible to form appropriate approaches to further development of social relations in a state, companies, corporations and society. Using social and psychological, moral, cultural mechanisms when realizing necessary changes guarantees maximum effect.

Key concepts:
transformation,
state,
business,
people,
communication,
society,
social relations,
patterns of ownership,
identity.