

она, а также темпы развития рыночных процессов. Целью проведенного анализа социальных сетей являлось исследование, взаимодействий между акторами (предприятиями) и выявление условий возникновения этих взаимодействий. Как показало исследование, у предприятий разный «сетевой капитал», определяемый комбинацией индивидуальных и сетевых ресурсов с нормами и правилами, действующими в данной сети, иными словами, различная совокупность преимуществ, которые могут быть получены актором, входящим в сеть. В ходе исследования было выявлено, что более крупные предприятия, входящие в сети делового взаимодействия, используют сеть как инструмент контроля над рыночным процессом, что позволяет им уверенно чувствовать себя на рынке; более мелким сеть позволяет прежде всего совместно выжить.

Реализация модели сетевой организации на примере предприятий машиностроительной отрасли региона может быть осуществлена посредством системы, основанной на применении метода производства на заказ, использующей поставщиков и субподрядчиков, имеющей единую интегрированную систему обмена данными. В данном случае производитель осуществляет контроль над всей системой путем управления потоками информации. Данная модель фрагментарно используется предприятиями региона, одним из недостатков является отсутствие подтверждения ее эффективности эмпирическим путем. Координация совместных действий, согласование планов развития и выпуска новой продукции на основе сотрудничества независимых предприятий осуществляется посредством единой информационной системы. Структура управления при наличии доминирующего предприятия, выявленного в результате эмпирического исследования, требует меньших дополнительных усилий по координации партнеров.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Davern, M. Social networks and economic sociology: A proposed research agenda for a more complete social science // American Journal of Economics & Sociology, 1997. Vol. 56. P. 287-302.
2. Олейник А. Институциональная экономика. М.: ИНФРА-М, 2005. 704 с.
3. Радаев В. В. Социология рынков: к формированию нового направления. М.: ГУ-ВШЭ, 2003. 328 с.

*Марина Владимировна МАЗАЕВА—
заместитель директора МИФУБ
по учебно-методической работе,
кандидат экономических наук, доцент*

УДК 316;368

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТРАХОВОГО БИЗНЕСА КАК СПЕЦИФИЧЕСКОГО РЫНОЧНОГО ИНСТИТУТА

АННОТАЦИЯ. Страхование является рыночным институтом, позволяющим решать многообразные социальные задачи. Роль страхования в воспроизводственном процессе уникальна. Страхование как экономическая категория обеспечивает бесперебойность воспроизводства, предоставляя защиту социуму от всевозможных рисков.

Insurance is a market instrument which can be used to address a variety of social issues. The role of insurance in reproduction is unique. Insurance is an economic category and it guarantees constant reproduction, protecting the community from various risks.

Социальная ответственность бизнеса предполагает активное участие хозяйствующих субъектов в исполнении значительной части функций государства. Существует несколько различных концепций принятия на себя социальной ответственности, своеобразного вхождения предпринимателей в социальную сферу. Это улучшение качества жизни наемных работников, участие в формировании гражданского общества и, наконец, наиболее полная уплата налогов. Однако, рассуждая об открывающихся в этой связи возможностях, нельзя забывать о том, что бизнес строится предпринимателями в первую очередь в целях получения дохода и, соответственно, любые меры по повышению участия бизнеса в социальной политике должны хотя бы в перспективе нести сохранение или повышение прибыли.

В первом случае работодатель, по различным причинам считающий необходимым для себя активнее включаться в организацию социальной сферы для своих сотрудников, начинает заботиться о финансировании для них строительства или покупки жилья, их медицинском и пенсионном обслуживании, отдыхе детей и т. д., что в бывшем СССР было прерогативой профкомов и месткомов. В последнее время, например, есть тенденции к увеличению использования добровольного медицинского страхования корпоративными клиентами, появляется интерес к дополнительным пенсионным программам, что находит отражение в структуре страхового портфеля рыночных компаний.

Страхование, как известно, играет существенную роль в формировании социальной политики в стране, выполняя социальную функцию. В первую очередь это относится к всевозможным продуктам личного страхования, хотя и другие виды страхования также имеют социальное значение.

Следующим вариантом участия предпринимателей в формировании стабильности социальных отношений является поддержка институтов гражданского общества, финансирование различных общественных инициатив. В частности, эта деятельность может принять форму создания стипендиального фонда для одаренных учеников и студентов, прямой поддержки вузов и научных исследований. Предприниматели могут участвовать в программах территориального развития и т. д. Российские страховые компании пока только начинают участвовать в этих инициативах, но уже сейчас можно говорить о положительном опыте крупнейших общенациональных компаний и региональных страховщиков.

Существуют конкурсы на лучшую студенческую научную работу о страховании, поддерживаемые такими известными страховыми компаниями, как Ингосстрах и УралСиб. Опытные работники страховых компаний в последнее время все чаще с согласия и поощрения своей компании занимаются преподавательской деятельностью. Ярким примером понимания роли образования в развитии отрасли и достойным вкладом в решение социальных проблем является Корпоративный университет Росгосстраха, а качество подготовки в Школе агента РЕСО-Гарантия позволило присудить этой компании в 2005 г. общественную премию в области страхования «Золотая Саламандра». Существует много примеров страховых меценатов и спонсорского участия страховщиков в различных спортивных, культурных и зрелищных мероприятиях. Кстати, страхователи считают участие страховщика в различных социальных программах одним из побудительных мотивов при заключении договора страхования.

В то же время недостаточно реализован такой институт гражданского общества, как саморегулирование страхового рынка. Существуют значительные проблемы в создании конкурентной среды на страховом рынке, хотя и здесь следует отметить произошедшие в последние несколько лет положительные сдвиги в сознании руководителей страховых компаний, посчитавших необходимым подписать Кодекс профессиональной этики Всероссийского союза страховщиков. Существует кодекс этики в ассоциации профессиональных страховых брокеров и консультантов и т. д.

Российскими страховщиками пока не решены гораздо более важные для развития массового страхования вопросы, такие, как создание систем защиты прав страхователей и застрахованных, гарантирования внесенных страховых премий, формирования информационной прозрачности на страховом рынке, продолжения создания типовых правил страхования и т. д. Следует предусмотреть создание института уполномоченных по правам страхователей (омбудсменов) при условии финансирования их работы за счет страховых компаний. Соответствующий опыт имеется в развитых странах мира, например, Великобритании, Германии и США, начинает складываться в некоторых странах СНГ и постсоветской Прибалтики. В рассматриваемых случаях страховщики самостоятельно решили организовать такие службы.

Важным фактором развития страхового рынка является наличие финансовых гарантий страхователям по получению искомой при заключении договора страхования защиты и/или накоплений. Гарантийные фонды защиты страхователей и застрахованных лиц довольно широко распространены в странах Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР или OECD). Как отмечается в документах этой организации, по крайней мере 21 страна имеет такие фонды. Существует опыт создания подобных фондов в России в отношении ОСАГО. В Казахстане и Грузии такие фонды созданы в целях гарантирования социальных задач, решаемых при помощи механизма обязательного страхования. Работа гарантийных фондов заключается не только в обеспечении возврата страховых взносов или выплаты выкупных сумм. В ряде случаев возможно организовать передачу договоров страхования другому страховщику и предоставить страхователю непрерывную страховую защиту. Несмотря на некоторые отрицательные моменты деятельности подобных гарантийных фондов, они доказали свою успешность. Наиболее отчетливо это проявляется в накопительном страховании жизни. Например, эффективная работа гарантийного фонда (Корпорация по защите интересов держателей полисов страхования жизни — Life Insurance Policyholders Protection Corporation) в Японии воспрепятствовала крушению рынка страхования жизни в конце 1990-х — начале 2000-х годов.

Все эти вопросы можно отнести к проблемам институционального развития страхового рынка России, а социальная ответственность страхового бизнеса проявляется в этом контексте как участие страховых компаний в формировании и финансировании соответствующих структур, создающих для страхователей комфортные условия по заключению и выполнению договоров страхования, обеспечению прав и интересов страхователей, гарантированию бесперебойности страховых выплат. Кроме этого, страховщики, заботящиеся об устойчивом развитии бизнеса, должны разрабатывать новые виды добровольного страхования, учитывающие потребности предприятий и граждан.

И, наконец, социальная ответственность страховых предпринимателей как налогоплательщиков. Недоплаченные налоги — это недофинансированное качество жизни россиян, т. е. социальная безответственность. Понятна в этой связи роль страховых компаний, активно занимавшихся на протяжении 1990-х годов схемами оптимизации налогов на фонд оплаты труда, социального налога, минимизации налога на прибыль. Справедливости ради надо отметить, что чаще всего легальные схемы помогли спасти производство в трудных условиях дезинтеграции и экономического хаоса. В современных условиях российским страховщикам, заботящимся о развитии отрасли и принятии эффективного страхового законодательства, необходимо отказаться от «серых» страховых схем и сосредоточиться на классическом страховании. В настоящее время можно наблюдать проявление данной тенденции в реальной практике страхования.

Страхование является уникальным рыночным институтом, позволяющим решать многообразные социальные задачи. Роль страхования в воспроизводственном процессе уникальна. Страхование как экономическая категория обеспечивает бесперебойность воспроизводства, предоставляя защиту социуму от всевозможных рисков. С этой позицией автора согласились 69,4% респондентов, опрошенных в ходе социологического исследования. Да, действительно, более 2/3 акторов считают, что страховая защита сама по себе уже социально значимое явление. Страховой предприниматель обеспечивает рабочие места. Аутсорсинг в практике управления страховщиком позволяет задействовать широкий перечень специалистов различного профиля и уровня в доведении страховой услуги до покупателя. Интересы очень многих участников процедуры страхования нужно учесть при продаже защиты как потребительской ценности. Должна быть обеспечена устойчивость страхового бизнеса, представляющего источник финансовой опасности, задействующий ресурсы страхователя на инвестиционных принципах и условии возвратности в механизме выплаты. И, наконец, особую функцию выполняет система социального страхования, переживающая во всем мире период реформирования. По мнению 31% респондентов, социальная ответственность страхового бизнеса сводится к социальному страхованию. Определенная доля участников опроса — 11,4% — предполагает, что социальная ответственность страховщика может быть пассивной и должна сводиться к уплате налогов. Эта позиция также понятна, ведь задача любого бизнеса — извлечение прибыли. Предприниматель обеспечивает рабочие места, производит товары, платит налоги, в этом реализуется его основная функция — экономическая. Социальная функция все же остается за государством. Страховой бизнес специфичен, как социальный институт, обеспечивающий защиту общества от всевозможных рисков. Модель, позволяющая систематизировать вышесказанное, выглядит следующим образом (рис. 1.).

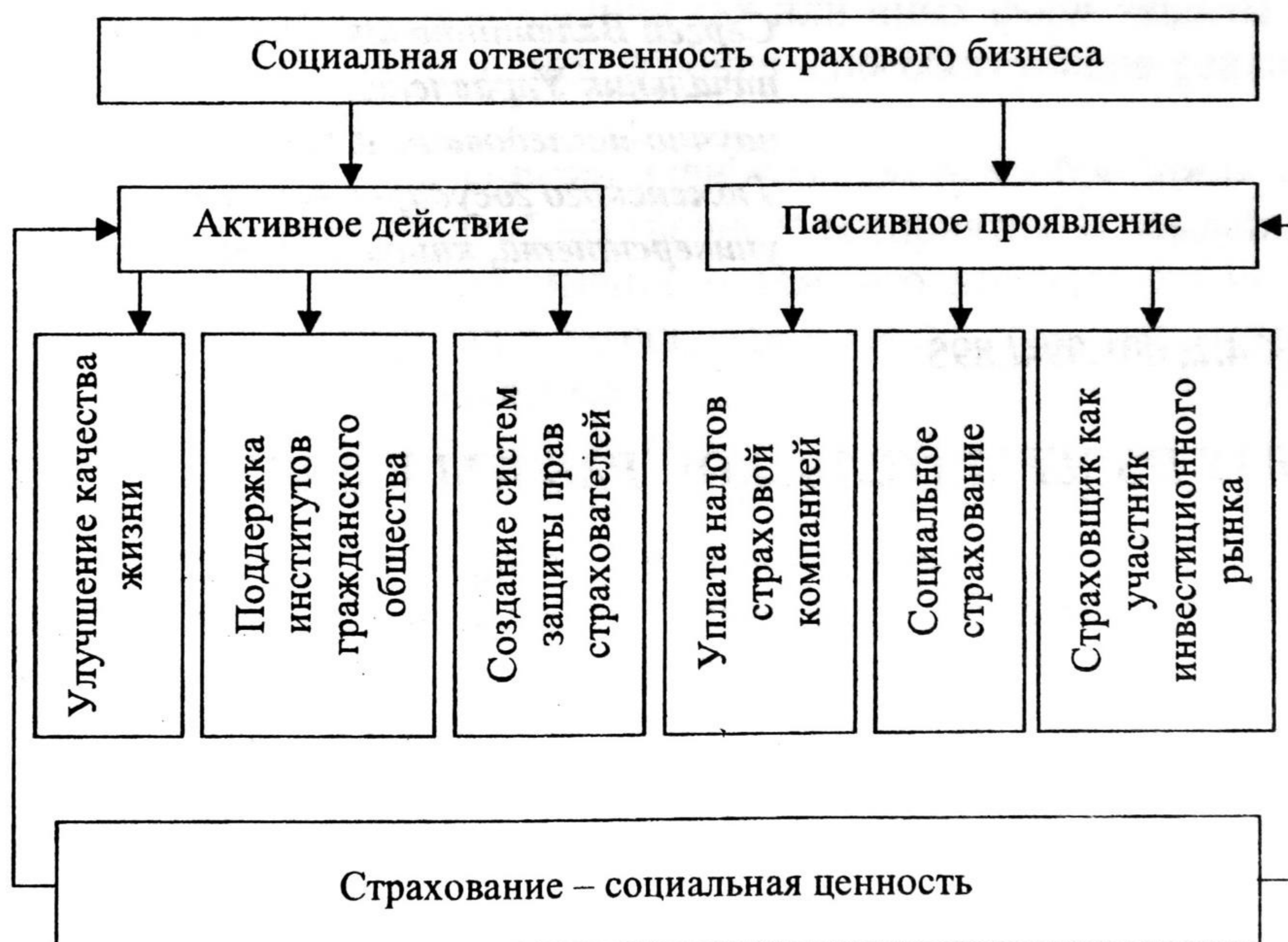


Рис. 1. Социальная ответственность страхового бизнеса: основа и проявления

По мнению автора, именно в этих направлениях и реализуется социальная ответственность страховой сферы: защита от рисков, обеспечение занятости, соблюдение требований финансовой устойчивости, осуществление социальной страховой защиты.

Российский бизнес в последние годы становится все более заметным субъектом социальной политики, направленной на территории расположения и деятель-

ности той или иной компании. К основным направлениям, по которым бизнес в России помогает власти в реализации социальной политики, относится:

- участие в финансировании иницилируемых властью масштабных инвестиций в религиозные, медицинские, спортивные, культурные объекты;
- содержание объектов жилищно-коммунального хозяйства (в первую очередь градообразующими компаниями);
- поддержка деятельности и обновление материальной базы медицинских, образовательных, культурных учреждений;
- помощь в организации культурно-досуговой деятельности;
- осуществление образовательных проектов для населения и чиновников администраций разного уровня;
- реализация инновационных проектов, направленных на развитие местного сообщества;
- поддержка незащищенных групп населения.

Участие в масштабных социальных проектах, связанных со строительством объектов социальной инфраструктуры, является наиболее заметным направлением внешней социальной политики компаний. С помощью бизнеса поддерживаются медицинские учреждения, ремонтируются школы, реставрируются храмы во многих российских регионах. Программы, направленные на развитие местного сообщества, свидетельствуют в последние годы о растущем стремлении бизнеса перейти от модели простой благотворительности и спонсирования к другой технологии вложения своих средств в местное сообщество с использованием методов социального проектирования. В основе практики социального проектирования — стремление сформировать социальную инициативу «снизу», переломить иждивенческие ожидания, адресованные бизнесу со стороны местного сообщества.

*Сергей Валентинович СКИФСКИЙ —
начальник Управления
научно-исследовательских работ
Тюменского государственного нефтегазового
университета, кандидат технических наук*

УДК 316.334.2; 001.994/.895

О МОТИВАХ ИЗОБРЕТАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ В СОВРЕМЕННОМ ВУЗЕ

АННОТАЦИЯ. В статье приведены результаты социологического исследования доминант деятельности изобретателей, являющихся сотрудниками высших учебных заведений. Эмпирической основой исследования служила база данных охранных документов, полученных в Тюменской области. Показано существующее разделение сфер генерации инноваций и их практического применения, обоснована актуальность повышения инновационной культуры изобретателей.

The author presents the results of sociological research of higher school inventors' activities dominants, focusing upon various innovation generating spheres and innovation culture of inventors.

Одним из существенных достижений социально-экономических преобразований в России последних десятилетий является правовой статус института интеллектуальной собственности. Это означает признание творческой активности личности в качестве важной, высшей формы человеческой деятельности и законода-