

щества для продвижения образовательных реформ и социальных изменений. Во времена, отмеченные неопределенностью, пессимизмом и безнадежностью, книга «Радикальные возможности...» поможет обрести учителям и преподавателям педагогических факультетов надежду, оптимизм и новое видение возможностей демократического общества.

Список литературы

Anyon J. Social class and the hidden curriculum of work // *Journal of Education*. 1980. № 162(1). P. 67–92.

Anyon J. Social class and school knowledge // *Curriculum Inquiry*. 1981. № 11(1). P. 3–42.

Kozol J. *Savage inequalities: Children in America's Schools*. New York: Crown Books, 1991.

Рамин Фарахмандпур
доцент кафедры образовательной политики,
фондов и исследований образования,
Портлендский государственный университет, США
электронная почта: rfr@pdx.edu
(Пер. с англ. П. Романова)

Зубаревич Н. В. Крупный бизнес в регионах России: территориальные стратегии развития и социальные интересы. Аналитический доклад / Независимый институт социальной политики. М.: Поматур, 2005. 101 с. ISBN 5-86208-176-3.

Словосочетание «социальная ответственность бизнеса» стремительно вошло в российскую повседневность. Это понятие, став предметом обсуждения периодической печати, научно-практических и теоретических конференций, с одной стороны, отразило испуг общества, ввергнутого в стихию рыночных отношений, с другой стороны, напомнило бизнесу о том, что при разработке целей развития нельзя исключать социальный аспект. Задачу систематизации эмпирических данных, почерпнутых из анализа практической деятельности крупнейших российских компаний, поставила перед собой и успешно реализовала Н.В. Зубаревич – автор

аналитического доклада «Крупный бизнес в регионах России: территориальные стратегии развития и социальные интересы», который представляет собой социальный атлас регионов с анализом ситуации.

Доклад состоит из введения, трех разделов, заключения и приложения. Первый раздел посвящен этапам развития и пространственным стратегиям крупного бизнеса. Не претендуя на разработку собственных критериев классификации крупного бизнеса, автор доклада использует методологию Я. Паппэ. Анализ рейтингов экономических изданий позволил Н. Зубаревич расширить предложенный Паппэ список интегрированных бизнес-групп от 10 до 15 акторов и предоставить информацию об их основных активах, специализации и выручке в 2004 году. Рассматривая периодизацию развития крупного бизнеса, Я. Паппэ основывался на приватизационных процессах как предмете классификации [Паппэ, 2000]. Н. Зубаревич избрала иной предмет классификации – территориальную проекцию процессов. Автор выделяет четыре этапа: 1992–1993 годы; 1994–1995; конец 1990-х–2003; 2003–2005. Содержание последнего периода раскрывается в двух отдельных параграфах. Социальный атлас, как справочный материал, позволяет отыскать информацию в соответствии с задаваемыми критериями поиска. В первом параграфе систематизированы типы пространственных изменений в зависимости от того, что является источником: естественно складывающиеся условия или давление на бизнес со стороны федеральных властей. Структура второго параграфа сформирована для удобства поиска информации в аспекте зон влияния интегрированных бизнес-групп.

Оценивая действия властей по отношению к группе «ЮКОС» / «Менатеп» как разрушительные [С. 27], автор доклада подчеркивает, что «в сложившейся ситуации социальная политика группы свертывается, ранее она была наиболее ориентированной на инновации и образовательные проекты» [С. 28]. Опрос, проведенный фондом «Общественное мнение» в июне 2005 года, спустя почти два года после ареста главы группы М. Ходорковского, систематизировал суждения респондентов, в том числе о социальной политике. Воспоминания о «ЮКОСе» вызывали положительные эмоции, потому что это была компания, которая «детские площадки строила», «помогала пенсионерам, школам, детским садам и домам» [Процесс по делу... 2005].

Второй раздел доклада, названный «Бизнес-среда регионов», сфокусирован на анализе развития групп, их «обитании в кругу себе подобных» [С. 34]. В первом параграфе второго раздела автор артикулирует сложности, с которыми столкнулся при выборе критериев классификации. Ограничения количественной оценки связаны с закрытостью источников информации. Корректность качественной оценки спорна: «Любые границы между типами достаточно условны, так как многие регионы одновременно являются базовыми для одних крупных компаний и зоной экспансии для других» [С. 35]. Путь преодоления сложностей классификации был найден в результате формирования таблицы в Приложении, которая систематизировала информацию по федеральным округам и их субъектам относительно региональных предприятий, принадлежащих компаниям и группам. Это позволило автору описать четыре типа регионов: базовые регионы производства, регионы экспансии, полупериферийные и периферийные регионы.

Во втором параграфе доступен «взгляд внутрь региона»: для каждого из них приведены региональные матрицы, которые позволили «сопоставить бизнес разного масштаба и происхождения» [С. 34]. Еще один вектор исследования, представленный во втором параграфе, – это малый бизнес. Автором представлен график зависимости доли занятых в малом бизнесе от региона. Одна из важнейших социальных задач малого бизнеса – решение проблем занятости. Н. Зубаревич выделила три типа регионов, взяв за основу классификации перспективы развития малого бизнеса, и сделала вывод об отсутствии конкуренции между крупным и малым бизнесом как на рынке труда, так и в экономическом «весе».

Третий параграф второй главы посвящен исследованию монопрофильных городов крупного бизнеса, к которым Н. Зубаревич относит почти 40 % городов России [С. 58]. Методология проведенного автором исследования позволила распределить города по нескольким срезам (еще раз подчеркнув достоинства рецензируемой работы как справочника). Автор рассмотрел структуру городов по численности населения, выделил регионы с наибольшим числом монопрофильных городов малого бизнеса, распределил города по группам и компаниям. Н. Зубаревич в интервью корреспонденту журнала «Коммерсантъ – Деньги» охарактеризовала современный период как «труднейший переход от советской патерналистской социальной политики крупных предприятий через дикий

капитализм к более цивилизованным отношениям» [Бизнес... 2005]. По оценке П. Романова, хотя на крупных предприятиях и подорвана экономическая база патернализма, но традиции сильны, и патерналистские черты трудовых отношений до сих пор воспроизводятся [Романов, 2005. С. 288]. Особенно сильны патерналистские настроения в монопрофильных городах, население которых зависит от одного предприятия-благодетеля.

Третий раздел работы объединил политические и социальные интересы крупного бизнеса в регионах. Анализируя концептуальные подходы к определению сущности понятия «социально-ответственный бизнес», автор остановился на либеральной концепции корпоративного поведения и концепции социального капитала, не распространенных в России. Н. Зубаревич сделала вывод о доминировании иного подхода, поскольку «социальная ответственность бизнеса имеет в России свою специфику: во множестве случаев она является ответом на запрос властей» [С. 73]. Как следствие, это приводит к росту противоречий между обществом, властью и бизнесом, ресурс преодоления которых заключен в партнерском взаимодействии, учитывающем реальные интересы крупного бизнеса в социальной сфере. В докладе представлены рекомендации, обобщенные по типам регионов с учетом двух составляющих – интересов бизнеса и уровня развития самих регионов.

Завершают доклад географические карты – ценный иллюстративный материал, «изюминка» работы. На картах отражена территориальная экспансия каждой интегрированной бизнес-группы, представлены и обобщающие материалы, отражающие построенные типологии регионов по уровню развития крупного бизнеса во временной ретроспективе (начало 2000-х годов и 2005 год) и расположение на карте России монопрофильных городов.

Доклад в целом является важным исследованием социальной политики в регионах. Работа, адресованная специалистам, занимающимся региональными исследованиями, интересующимся региональной проблематикой и развитием бизнеса в России, обладает практической ценностью, поскольку представляет собой справочное руководство. Доклад отлично структурирован, богато иллюстрирован не только многочисленными таблицами и матрицами, но и географическим атласом, подтверждая статус социального атласа регионов России.

Список литературы

Бизнес, в общем-то, хочет выращивать мозги // Коммерсантъ – Деньги. 2005. № 31 / http://www.kommersant.ru/k-money/get_page.asp?page_id=27517673.htm&m_id=31795&rid=6.

Паннэ Я. Ш. «Олигархи»: Экономическая хроника, 1992–2000. М.: Высшая школа экономики, 2000 / http://www.libertarium.ru/libertarium/lib_oligarches.

Процесс по делу М. Ходорковского и его последствия. Ответы на открытые вопросы / <http://bd.fom.ru/report/map/d052537> (23.06.2005).

Романов П. В. Промышленный патернализм в системе социальной политики предприятий // Журнал исследований социальной политики. 2005. Т. 3. № 3. С. 288.

Сергей Викторович Лелюхин
независимый бизнес-консультант,
аспирант кафедры социальной антропологии и социальной работы,
Саратовский государственный технический университет
электронная почта: servikt@rol.ru
