

Секция «Теория и современные проблемы практики государственного и муниципального управления»

Взаимодействие бизнеса и власти в современном публичном дискурсе: на пути к корпоративному гражданству и социальному инвестированию

Вотченко Елена Сергеевна

Аспирант

Кубанский государственный университет, Факультет управления и психологии, Кафедра политологии и политического управления, Краснодар, Россия

E-mail: eclipse_moon@mail.ru

«Главное дело бизнеса - максимизация прибыли, чтобы заработать хорошую отдачу от вложенного капитала и быть хорошим корпоративным гражданином, при этом подчиняться закону, - не больше и не меньше», - Милтон Фридман (Friedman 1970, p. 33) [7], сторонник неоклассической теории акционеров, владелец Нобелевской премии по экономике.

Статья, написанная 45 лет назад М.Фридманом в популярном журнале «The New York Times», имела совсем не научные ориентиры, однако, и сегодня выступает предметом дискуссий и исследований по всему миру, особенно при изучении взаимодействия бизнеса и власти, государственно-частного партнерства.

В современных условиях публичного дискурса прослеживается многообразие форм и моделей интеракций власти и бизнеса в социуме. Из обширного количества теорий при взаимодействии бизнеса и власти можно отметить наиболее известные модели зарубежного научного сообщества: теория акционеров (stockholders theory - М. Фридман [7]), теория агентства (agency theory - С. Эдамс [1]), теория заинтересованных сторон (shareholders theory - Э.Фриман [5, 6], М. Кларксон [9], Ф. Робинс [10]), теория управленцев (stewardship theory - Л. Дональдсон, Д. Дэвис [4]).

Одной из самых обсуждаемых тем в текущей деятельности компании при взаимодействии с государством и обществом является концепция корпоративной социальной ответственности (часто сокращенно «КСО»). Часто дебаты по КСО ограничены не только обсуждением на уровне коммерческого сектора, но выходят на уровень управления государством, некоммерческими или межправительственными организациями, такими как ООН или Всемирный Банк. Сегодня КСО становится так называемым «зонтичным» понятием или брендом, который является точкой отсчета и синонимичным с другими концепциями бизнес-сообщества [3].

В современной литературе социальные аспекты взаимодействия бизнеса и власти могут быть интерпретированы и как феномен корпоративного гражданства - это новое понимание связи бизнеса и общества при взаимодействии с государственной властью (Керолл [2], Маигнан, Феррел [8]). Данный подход обеспечивает бизнесу возможность не только отвечать на ожидания власти и общества, но и с учетом улучшения деловой репутации активно влиять на социально-экономическое окружение. *Элементы корпоративного гражданства - социальное партнерство, государственно-частное партнерство, социальные инвестиции* - отражают переход компаний от благотворительности к фокусированным инвестициям на национальном и региональном уровнях, направленным на решение актуальных для страны проблем в сфере занятости, борьбы с бедностью, образования, безопасности, охраны здоровья и окружающей среды.

В Российской Федерации развитие социального партнерства и инвестиций в человеческий капитал определяется в качестве одного из приоритетных направлений перехода российской экономики к инновационному социально-ориентированному типу развития.

Этот постулат отражен в Концепции долгосрочного развития РФ до 2020 г. [11].

На региональном уровне, в городе Краснодаре, принято Краснодарское городское трехстороннее соглашение на 2014-2016 гг. [12], целью которого является недопущение снижения достигнутого уровня и качества жизни населения, устойчивое функционирование экономики, обеспечение гарантий занятости населения, достойного труда и отдыха работников организаций на основе принципов социального партнерства. Другим позитивным трендом модели социальных инвестиций является тот факт, что в Краснодаре с 2003 года успешно работает Южный региональный комитет Ассоциации Европейского бизнеса в России, который объединяет больше 20 иностранных компаний-инвесторов. Южный комитет АЕБ активно сотрудничает с образовательными учреждениями Краснодарского края, приглашает их на прохождение производственной практики с перспективами будущего трудоустройства, а также с 2015 года в рамках концепции социального партнерства организует при университетах города специальные бизнес-школы, лекторами которых являются топ-менеджеры зарубежных компаний, а слушателями - все желающие студенты, аспиранты.

Резюмируя, отметим, что в современном мире компании традиционно вкладывают часть бюджета в социальные программы развития региона, в котором работают. Выделение средств на социальные и филантропические инициативы правомерно выступает фактором стабильности бизнеса, создает благоприятное социально-политическое окружение и обеспечивает устойчивую прибыль в будущем.

Источники и литература

- 1) Adams S. Fundamentals of business economy // Financial Management. Feb.2008, p. 46.
- 2) Carroll Archie B. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders // Business Horizons, Volume 34, Issue 4, July–August 1991, pp. 39-48.
- 3) Crane A., Matten, D., Spence. L.J. Corporate Social Responsibility – Readings and cases in global context. New York: Routledge. 2008, p. 96-97.
- 4) Donaldson L., & Davis J. H. Stewardship Theory or Agency Theory: CEO governance and shareholder returns // Australian Journal of Management, 16. 1991, p. 49-65.
- 5) Freeman R. Edward. Strategic Management: A stakeholder approach. Boston: Pitman. 1984.
- 6) Freeman R. Edward and Phillips A. Robert. Stakeholder theory: A libertarian defense // Business Ethics Quarterly 12 (3). 2002, p. 331-350.
- 7) Friedman M. The social responsibility of business is to increase its profits // New York Times Magazine, September 13. 1970, p. 32-33, 122-124.
- 8) Maignan I., Ferrell O. C. Corporate social responsibility and marketing: An integrative framework // Journal of the Academy of Marketing Science, December 2004, Volume 32, Issue 1, p. 3-19.
- 9) Principles of Stakeholder Management: The Clarkson Principles Paperback. The Clarkson Centre for Business Ethics (Author), 1999. <http://www.mgmt.utoronto.ca//Principles.htm>. Дата обращения: 27.02.2016.
- 10) Robins F. Why corporate social responsibility should be popularized but not imposed // Corporate Governance, Vol. 8, No. 3. 2008, p. 330-341.

- 11) Концепция долгосрочного развития Российской Федерации. Распоряжение Правительства РФ № 1662-р от 17.11.2008 г. http://economy.gov.ru/mines/activity/sections/strategicplanning/concept/doc20081117_01
Дата обращения: 27.02.2016.
- 12) Краснодарское городское трехстороннее соглашение между администрацией муниципального образования город Краснодар, Краснодарским городским советом отраслевых профсоюзов, Краснодарским городским объединением работодателей на 2014-2016 годы. 25.12.2013 г. N 4-3. <http://base.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW177;n=120733;div=LA>
Дата обращения: 27.02.2016.