



▶ **МУХАМЕДШИНА Алла Николаевна**
Аспирантка кафедры маркетинга

**Санкт-Петербургский государственный
экономический университет**
191023, РФ, г. Санкт-Петербург,
ул. Садовая, 21
Тел.: (812) 310-18-87
E-mail: allam88@mail.ru

Ключевые слова

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ СТРУКТУРЫ

ГОСУДАРСТВО

ОБЩЕСТВО

ЭКОНОМИКО-ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ
МЕХАНИЗМ

Аннотация

В статье рассмотрены теоретические аспекты взаимовлияния крупных предпринимательских структур, государства и общества. Основное внимание уделено представлению корпоративной социальной ответственности в качестве важного элемента современного экономико-организационного механизма взаимодействия указанных субъектов внутри представленной системы их отношений.

JEL classification

M14

Роль корпоративной социальной ответственности в экономико-организационном механизме взаимодействия предпринимательских структур, общества и государства

Отношение современного мирового сообщества к роли бизнеса в глобальной экономике претерпевает существенные изменения под воздействием условий рыночных реалий, таких как стремительно разворачивающийся процесс глобализации рыночной среды, усиление конкуренции и взаимовлияния субъектов социально-экономических взаимодействий [1]. Представленные изменения предвосхищают становление новой парадигмы современного мирового развития, состоящей в необходимости гармонизации финансовых интересов предприятий, требований государства и социальных потребностей общества [13. С. 221], что не представляется возможным без изучения текущего экономико-организационного механизма взаимодействия указанных институтов. Прежде чем приступить к описанию взаимовлияния бизнеса, общества и государства, необходимо интерпретировать понятие, обозначить цели, задачи и функции каждого из представленных субъектов.

Под предпринимательством будем понимать «интегрированную совокупность предпринимательских организаций¹, индивидуальных предпринимателей, а также сложных объединений предпринимательских организаций» [4]. Согласно уставу, цель любой предпринимательской структуры как «юридической формы коммерческого образования» [11] состоит в извлечении прибыли, однако профессором Г.Л. Багиевым² сформулирован более глубокий подход, в рамках которого в качестве основной конечной цели предпринимательства рассматривается «не столько прибыль, сколько непрерывность воспроизводственного процесса, связанного с воспроизводством спроса, удовлетворением постоянно меняющихся, постоянно возрастающих потребностей индивиду-

ума или социальной группы, общества в целом» [2]. На наш взгляд, ключевым достоинством данного подхода является аспект акцентирования внимания на расширении сферы интересов бизнеса за пределы стандартных устремлений, направленных на «систематическое получение прибыли»³. В соответствии с необходимостью достижения указанных целей профессор А.Н. Асаул выделяет такие задачи предпринимательской деятельности, как обеспечение успеха инновационной деятельности предпринимателя, формирование эффективности предпринимательской деятельности, а также ее «справедливый» характер (что невозможно без обеспечения эффективности) [1]. Для дальнейшего раскрытия сфер взаимодействия предпринимательских структур, органов власти и общества необходимо обозначить пять ключевых функций предпринимательства: общеэкономическую (производство товаров (выполнение работ, оказание услуг) и их доведение до конкретных потребителей; ресурсную (эффективное использование воспроизводимых и ограниченных ресурсов); творческо-поисковую (использование новых идей, выработка новых средств и факторов для достижения поставленных целей); социальную (потенциальная возможность каждого «дееспособного индивидуума» стать бизнесменом); организаторскую (самостоятельное принятие решения об организации бизнеса, выборе инструментов его развития и т.д.) [9], а также политическую (поддержка субъектов предпринимательства ассоциациями (союзами) предпринимателей). Следует отметить, что для современного предпринимательства характерна интеграция всех вышеперечисленных функций, при этом важное место в их формировании, с одной стороны, принадлежит самому субъекту (предпринимательской единице), а с другой – находится в зависимости от системы государственной поддержки

¹ Фирм, компаний.

² Багиев Георгий Леонидович – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой маркетинга Санкт-Петербургского государственного экономического университета, заслуженный деятель науки РФ.

³ Гражданский кодекс РФ. Ст. 2. Отношения, регулируемые гражданским законодательством, п. 1. КонсультантПлюс. URL: www.consultant.ru/popular/gkrf1/5_1.html

The Role of Corporate Social Responsibility in the Economic-Organisational Mechanism of Interaction between Business Structures, the State and Society

и регулирования предпринимательства. В целом, предпринимательский сектор является важным субъектом экономической, социальной и политической жизни страны, что обуславливает нарастающую необходимость гармонизации государственных методов управления, финансовых интересов компаний и потребностей общества в социальной защищенности.

Исторически возникновение института государства обусловлено необходимостью обеспечения единства внутренне дифференцированной целостности общественных интересов и потребностей (экономических, социальных, культурных и т.д.) и их удовлетворения. Главной целью современного государства как совокупности политических институтов различного уровня (федеральные, региональные, местные власти) является защита и поддержание целостности общества. К основным задачам органов власти целесообразно отнести: обеспечение самосохранения общества и государства (его укрепление, безопасность); содействие экономическому, социальному и культурному развитию общества; преодоление противоречий, существующих в обществе (социальных, национальных). В соответствии с основной целью государства указанные задачи воплощаются посредством осуществления набора внешних (обеспечение обороны страны и защиты интересов общества на международной арене, осуществление взаимовыгодного сотрудничества, участие в решении глобальных проблем, в миротворческой деятельности и др.) и внутренних функций: экономической (регулирование экономики), экологической (защита окружающей среды), политической (защита политической системы), правовой (создание и реализация законов), социальной (консолидация общества, поддержание общественного порядка, духовно-идеологическая деятельность и регулирование социальных отношений) [17].

Гражданское общество (далее – общество) представляет собой «сферу

самопроявления свободных граждан и добровольно сформировавшихся ассоциаций и организаций», независимую от «прямого вмешательства и произвольной регламентации со стороны государственной власти» [3]. Целью данного социокультурного поля является защита социальных, экономических, правовых, культурных и политических прав и свобод человека в рамках обеспечения активной позиции гражданина, а спектр задач включает: определение правовой роли гражданина, ориентации политической активности человека, границ политической деятельности государства; обеспечение принципа равенства, партнерства, социальной защиты, прав и свобод гражданина и принципа договора между ними; установление границ между легитимностью гражданской деятельности и политики государства, а также «обеспечение прямых, обратных и горизонтальных связей между обществом и государством», что характеризует «обоюдную политическую ответственность граждан (членов общества) и государства за политические процессы» [14]. Реализация задач гражданского общества осуществляется путем объединения индивидов в рамках различных организаций, комитетов, ассоциаций, движений, собраний, обществ и т.д., осуществляющих деятельность с соблюдением юридических законов и норм и оказывающих существенное влияние на официальные органы власти [5]. Данные группы субъектов являются также заинтересованными сторонами по отношению к предпринимательским структурам, что предопределяет необходимость учета их интересов в рамках ведения бизнеса. Согласно подходу профессора Ю.С. Оганисяна¹ следует выделить две категории функций, выполняемых институтами гражданского общества: 1) «обычная партиципация (участие)» адресована государственным институтам и струк-

¹ Оганисян Юлий Степанович – доктор исторических наук, профессор, главный научный сотрудник Института социологии Российской академии наук.

▶ **Alla N. MUKHAMEDSHINA**
Postgraduate of Marketing Dept.

Saint-Petersburg State University of Economics
191023, RF, Saint-Petersburg,
Sadovaya St., 21
Phone: (812) 310-18-87
E-mail: allam88@mail.ru

Key words

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
BUSINESS STRUCTURES
THE STATE
SOCIETY
ECONOMIC-ORGANISATIONAL MECHANISM

Summary

The theoretical aspects of interaction between large business structures, the state and society are considered in the article. The principal attention is focused on representation of the corporate social responsibility (CSR) as an important element of modern economic-organisational mechanism of interaction between these institutions within the system of their relations.

JEL classification

M14

Источники

1. Асаул А.Н., Войнаренко М.П., Ерофеев П.Ю. Организация предпринимательской деятельности: учебник / под ред. А.Н. Асаула. СПб.: Гуманистика, 2004. URL: www.aup.ru/books/m498/3_2.htm
2. Багиев Г.Л., Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности: учеб. пособие / под общ. ред. проф. Г.Л. Багиева. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. URL: www.aup.ru/books/m72/1_1.htm
3. Бугаенко Ю.Ю. Гражданское общество как равноправный партнер государства // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2012. № 1–2. URL: www.online-science.ru/m/products/philosophy_science/gid93/pg0/
4. Буров В.Ю. Основы предпринимательства: учеб. пособие. Чита, 2013. URL: http://vseup.ru/static/files/Burov_uch_pos_1.doc
5. Гобозов И.А. Общество и государство: их взаимодействие // Философия и общество. 2011. № 2(62). URL: www.socionauki.ru/journal/articles/134097/
6. Кашанина Т.В. Корпоративное право. М.: НОРМА–ИНФРА–М, 1999. URL: www.adhdportal.com/book_2273_chapter_74__5_.Prjamojj_gosudarstvennyjj_kontrol_zakorporativnojj_dejatelnostju.html
7. Коломытцева О.Н. Контроль общества над государством: дис. ... канд. юрид. наук. Н. Новгород, 2007. URL: www.disserr.com/contents/217419.html
8. Кулибанова В.В., Тэор Т.Р. Сравнительный анализ развития корпоративной социальной ответственности в России и за рубежом // Вестник ИНЖЕКОНА. Сер. «Экономика». Вып. 1. СПб.: СПбГИЭУ, 2012.
9. Лапуста М.Г., Поршнев А.Г., Старостин Ю.Л., Скамай Л.Г. Предпринимательство: учебник / под ред. М.Г. Лапуста. М.: ИНФРА–М, 2000. URL: <http://lawdiss.org.ua/books/268.doc.html>
10. Ларкина Н.Г. Современные подходы к теории маркетинга взаимодействия // Вопросы управления. 2012 №2(19). URL: <http://vestnik.uapa.ru/en/issue/2012/02/31/>
11. Литвиненко В.С. Развитие финансового менеджмента в предпринимательской структуре // Вестник КАСУ. 2009. №3. URL: www.vestnik-kafu.info/journal/19/770/
12. Мелентьева Н.И. Технологии маркетинговых коммуникаций: учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2013. URL: http://elibrary.finec.ru/materials_files/430942348.pdf
13. Мухамедшина А.Н. Основные аспекты корпоративной социальной ответственности на российский социальный промышленном рынке сферы услуг // Маркетинг и эффективность банковского бизнеса: Материалы Междунар. науч.–практ. конф. СПб.: Изд-во СПбГИЭУ, 2013. С. 221–228.

турам, характеризуется активностью в виде участия в избирательных кампаниях, лоббирования и голосования; 2) подразумевает влияние общественных институтов на представителей органов власти «в целях замены чиновников и изменения политических решений для удовлетворения запросов граждан», т.е. «охватывает активность и партиципацию в форме протеста» (митинги, забастовки, демонстрации и т.д.) [14]. В целом, выполнение указанных функций призвано содействовать достижению цели общества – обеспечению защиты интересов граждан, при этом в рамках осуществления своей деятельности общество несет ответственность как перед бизнесом, так и перед государством.

Задача построения партнерских отношений между бизнесом, властью и обществом требует понимания характера текущего взаимовлияния указанных субъектов, что порождает необходимость рассмотрения их попарной взаимозависимости (бизнес–общество, общество–государство и государство–бизнес), а затем – поиска сфер пересечения интересов всех трех субъектов.

Отметим, что ключевыми факторами ответственности предпринимательских структур перед обществом являются: предоставление качественных продуктов и услуг, ответственность за обеспечение рабочих мест (в том числе соблюдение предпринимательскими структурами законов и норм в сфере прав человека, найма рабочей силы [18. С. 3–4], норм безопасности на производстве; предоставление достойных условий трудоустройства персоналу, а также участие компании в диалоге с государственным сектором с целью улучшения политики и норм, регулирующих данную сферу, и т.д.), сфера природоохранной деятельности и ресурсосбережения¹. При этом бизнес постепенно перенимает у государства часть ответственности за обеспечение социальной стабильности в обществе посредством добровольного содействия развитию регионов присутствия, обеспечения дополнительного развития персонала, осуществления благотворительной деятельности и т.д.

¹ Данное направление подразумевает осуществление на предприятии контроля уровня воздействия на окружающую среду, выполнения природоохранных норм, эффективного использования как воспроизводимых, так и ограниченных ресурсов в рамках следования принципам устойчивого развития.

Основной сферой влияния гражданского общества на деятельность предпринимательских структур является информационное сопровождение предпринимательской деятельности. В частности, важным аспектом взаимодействия общества и бизнеса предстает снабжение заинтересованных сторон релевантной информацией о деятельности предпринимательских структур, а также обеспечение качественной информационной поддержки самого бизнеса. При этом общество способно оказывать дополнительное содействие развитию бизнеса, например, посредством предоставления компаниям информационной платформы для ведения конструктивного диалога с органами власти (что позволяет бизнесу лоббировать свои интересы на уровне государства посредством представления предложений, проектов, программ, требований, жалоб и т.д.), а также масштабного освещения, пропаганды лучших практик предприятий (что способствует укреплению имиджа компании) и т.д. В силу наличия приведенной выше характеристики взаимовлияния деятельности общества и предпринимательских структур, общество рационально стремится к содействию развитию ответственного (в полной мере исполняющего свои обязательства перед обществом) бизнеса и, соответственно, к препятствию процветанию предприятий, не выполняющих (или не полностью выполняющих) указанные обязательства.

Согласно подходу политолога Рика Панганибана², следует выделить пять основных видов взаимодействия гражданского общества с частным сектором и властью: «сторожевая собака» (альтернативный источник информации или наблюдатель); «противник» (протест против их действий); «адвокат» (лоббирование их интересов с целью поддержки собственных позиций); «эксперт» (предоставление компетентных консультантов); «реализатор» (реализация совместных проектов) [15]. При этом основной ответственностью общества перед государством является стабилизация общественных процессов и отношений, поддержание баланса интересов общества и государства, гарантия выполнения субъектами общества

² Рик Панганибан (Rik Panganiiban) – координатор по коммуникациям Конференции неправительственных организаций в консультационном процессе с ООН (Conference of NGOs in Consultative Relationship with the United Nations, CONGO) США, 2005.

требований законодательства. Отсюда вытекают ключевые аспекты влияния общества на государство: контроль пределов вмешательства органов власти (недопущение превышения ими своих полномочий), развитие экономических, политических, правовых и культурных аспектов общественных отношений на основе взаимодействия с государством, а также влияние общества на совершенствование законодательства в различных сферах.

Государство, оперирующее конституцией и законами, в свою очередь, оказывает существенное влияние на развитие общества. Власть несет перед обществом ответственность за эффективное регулирование экономики, защиту политической системы, за создание, реализацию и контроль осуществления законов, а также за обеспечение экономической безопасности страны, в том числе на международном уровне. Важным аспектом ответственности государства перед обществом является формирование благоприятного инвестиционного климата и адекватной налоговой системы, что призвано способствовать экономическому росту. Следует особо выделить ответственность государства за обеспечение качества общественных услуг и эффективное их предоставление (система здравоохранения, образования, культура и искусство, спорт и туризм и т.д.; обеспечение безопасности и правопорядка, защита окружающей среды; жилищно-коммунальное хозяйство, транспортное обеспечение и др.). И наконец, неизменной ответственностью государства перед обществом является обеспечение его консолидации и осуществление контроля его состояния (в том числе посредством поддержания общественного порядка, осуществления духовно-идеологической деятельности и регулирования социальных отношений). Таким образом, государство несет перед обществом разностороннюю ответственность в целях повышения благосостояния общества и содействия его устойчивому развитию.

Также государство осуществляет контроль деятельности предпринимательских структур. К видам прямого контроля относят: установление трудового и социального законодательства и контроль за производственной безопасностью труда, антимонопольный контроль, экологический контроль, контроль качества выпускаемой продукции, контроль и регулирование цен в отдельных сферах (транспортные тарифы, тарифы на связь, коммунальные услуги, продукция

топливно-энергетического комплекса и др.) [б. С. 280–285]. Формирование правового и экономического климата, регулируемое государством, также оказывает существенное влияние на успешность деятельности предприятий в соответствующей отрасли. Важными аспектами косвенного воздействия власти на бизнес являются осуществление налоговой политики, регулирование занятости и профессиональной подготовки работников в зависимости от текущей ситуации на рынке труда, стимулирование конкурентоспособности предприятий. В целом, комбинация указанных прямых и косвенных средств позволяет государству осуществлять значительный контроль деятельности предпринимателей, заставляя их следовать требованиям закона. Однако, помимо осуществления контроля бизнеса, государство может оказывать предпринимателям значительную поддержку, например, посредством осуществления государственных заказов и стимулирования притока инвестиций, предоставления преференций по государственным заказам и экспортной поддержке, а также предоставления налоговых льгот, государственных капиталовложений или дотаций и т.д. Указанные инициативы органов власти являются для бизнеса важной предпосылкой к поиску эффективных инструментов взаимовыгодного сотрудничества с ними. При этом основным обязательством государства перед бизнесом является обеспечение условий для успешного функционирования предприятий: отсутствие искусственных бюрократических барьеров на пути их роста и развития, повышение стабильности экономической политики на федеральном, региональном и муниципальном уровне, работа о развитии инфраструктуры и т.д. Хотелось бы отметить, что государству следует способствовать процветанию бизнеса, так как предпринимательские структуры, в свою очередь, обеспечивают развитие районов, городов и страны, что способствует устойчивому развитию государства и общества в целом.

В рамках более глубокого ознакомления с проблемой взаимоотношений бизнеса и государства обратимся к подходу российского экономиста и общественного деятеля Е.Г. Ясина¹, который еще более десяти лет назад выделил

¹Ясин Евгений Григорьевич – министр экономики Российской Федерации (1994–1997 гг.), российский экономист и общественный деятель, научный руководитель Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», президент фонда «Либеральная миссия».

References

1. Asaul A.N., Voinarenko M.P., Yerofeev P.Yu. Entrepreneurship organizing. [*Organizatsiya predprinimatel'skoi deyatel'nosti*]. S.-Petersburg, Gymanistika Publ., 2005. Available at: www.aup.ru/books/m498/3_2.htm
2. Bagiev G.L., Asaul A.N. Entrepreneurship organizing. [*Organizatsiya predprinimatel'skoy deyatel'nosti*]. S.-Petersburg, SPbSUE Publ., 2001. Available at: www.aup.ru/books/m72/1_1.htm
3. Bugarenko Yu.Yu. Civil society as an equal partner of the state. [*Grazdanskoye obshchestvo kak ravnopravniy partner gosydarstva*]. *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki – Humanitarian, Socio-Economic and Social Sciences*, 2012, no. 1–2. Available at: www.online-science.ru/products/philosophy_science/gid93/pg0/
4. Burov V.Yu. The basics of entrepreneurship. [*Osnovi predprinimatelstva*]. Available at: http://vseup.ru/static/files/Burov_uch_pos_1.doc
5. Gobozov I.A. Society and the state: interaction. [*Obshchestvo i gosydarstvo*]. *Filosofiya i obshchestvo – Philosophy and Society*, 2011, no. 2(62). Available at: www.socionauki.ru/journal/articles/134097/
6. Khashanina T.V. The corporate law. [*Korporativnoye pravo*]. Moscow, NORMA–INFRA-M Publ., 1999. Available at: www.adhdportal.com/book_2273_chapter_74_5_Prjamojj_gosudarstvennyjj_kontrol_zakorporativnojj_deyatelnostju.html
7. Kolomytseva O.N. The control of the society over the state. Cand. Sc. (Law) Diss. [*Kontrol' obshchestva nad gosudarstvom. Diss. kand. jurid. nauk*]. N. Novgorod Publ., 2007. Available at: www.disserr.com/contents/217419.html
8. Kylibanova V.V., Teor T.R. Comparative analysis of the development of corporate social responsibility in Russia and abroad. [*Sravnitel'nyy analiz razvitiya korporativnoi sotsial'noy otvetstvennosti v Rossii I za rybezom*]. *Vestnik INZHEKONA – The Bulletin of INZHEKON, Ser. "Economics"*, vol. 1. S.-Petersburg, SPbSUEE Publ., 2012.
9. Lapusta M.G., Porchnev A.G., Starostin Yu.L. Entrepreneurship. [*Predprinimatelstvo*]. Moscow, INFRA-M Publ., 2000. Available at: <http://lawdiss.org.ua/books/268.doc.html>
10. Larkina N.G. Modern approaches to the theory of marketing interaction. [*Sovremeniye podkhodi k teorii marketinga vzaimod-eistviya*]. *Voprosy upravleniya – The Issues of Management*, 2012, no. 2(19). Available at: <http://vestnik.uapa.ru/en/issue/2012/02/31/>
11. Litvinenko V.S. Development of financial management in business structure. [*Razvitie finansovogo menedzmenta v predprinimatel'skoy structure*]. *Vestnik KASU – The Bulletin of KAFU*, 2009, no. 3. Available at: www.vestnik-kafu.info/journal/19/770/
12. Melent'eva N.I. Technologies of marketing communications. [*Tekhnologii marketingovikh kommunikatsiy*]. Saint-Petersburg, SPbSUE Publ., 2013. Available at: http://elibrary.finec.ru/materials_files/430942348.pdf

14. Оганисян Ю.С. Модернизация и политика в XXI веке / Ин-т социологии РАН. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2011. URL: <http://all-politologija.ru/knigi/modernizacija-i-politika-v-xxi-veke-oganiysan>
15. Панганибан Р. Роль гражданского общества в партнерствах, альянсах и консультативных процессах в сфере ИКТ // Информационное общество. 2005. № 3. С. 26–32. URL: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/8eae27255cb96591c32571d5003cb9b8>
16. Полетаев В.Э. Государство и бизнес в России: инновации и перспективы. М.: ИНФРА-М, 2012.
17. Поляков Л.В., Иоффе А.Н. Обществознание. Глобальный мир в XXI веке: метод. пособие. М.: Просвещение, 2008. URL: http://www.prosv.ru/ebooks/Polakov_Global_mir_metod_11/6.html
18. Развитие территорий: роль и ответственность бизнеса. Экспертный опрос // Бизнес и общество. 2010. № 5–6 (60–61). С. 3–23. URL: www.b-soc.ru/magazine/magazines/2010/43
19. Рогачев С.В. Социальная консолидация общества: механизм межсекторного ресурсного взаимодействия // Портал «Просветительство». URL: www.prosvetitelstvo.ru/docs/impjipd.php?ELEMENT_ID=935
20. Терминологический словарь по социально-экономической тематике. URL: <http://socialeconom.academic.ru>
21. Ясин Е. Бремя государства и экономическая политика // Вопросы экономики. 2002. № 11. С. 4–30.
22. Mukhamedshina A.N. Corporate Social Responsibility of Russian industrial corporations in terms of globalization intensification // Социально-экономическое партнерство – управление будущим=Socio-economic partnership and management of the future: Материалы II Междунар. межвуз. науч.-практ. конф. студентов магистратуры (24 апреля 2013 г.): сб. докл. / под ред. Т.Г. Тумановой, И.Н. Самойловой, Н.С. Славецкой. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013. С. 27–32. URL: http://unecan.ru/sites/default/files/sbornik_materialov_ii_mezhdunarodnoy_magisterskoy_konferencii.pdf

в данной модели три зоны применительно к реалиям нашей страны. «Белая зона» характеризуется формальным участием государства в форме экономического и административного регулирования бизнеса, законодательного регулирования налоговых отношений и т.д. (отражает минимальный набор требований государства по отношению к бизнесу, обеспечивающий удовлетворение потребности гражданского общества в развитии и активизации человеческих ресурсов). Неформальное криминальное участие (особенно коррупция) относится к «черной зоне», в которой инструментами достижения интересов предпринимателя являются взятки, а отношения между бизнесом и представителями власти строятся на индивидуальных корыстных интересах чиновников. И наконец, «серая зона» представляет собой неформальные, непосредственно не связанные с коррупцией отношения, основанные на заинтересованности сторон в развитии территории и осуществляемые посредством добровольного или добровольно-принудительного вклада предпринимателя в финансирование территории размещения его бизнеса [21. С. 7]. Действительно, на сегодняшний день государство, выступающее в качестве института управления обществом [7], не всегда имеет возможность самостоятельно и в полной мере исполнять обязательства перед ним. Более того, усиление глобальных процессов и ужесточение конкурентной борьбы ставят перед государством новую задачу – повышение национальной конкурентоспособности, что в современных условиях невыполнимо без укрепления партнерских отношений с бизнесом. Как следствие, наблюдается тенденция, в рамках которой органы государственной власти все чаще прибегают к помощи предпринимательских структур для частичной «передачи» социальных обязанностей по отношению к обществу. При этом специалисты все больше говорят о возрастающей роли третьего сектора в решении наиболее актуальных социальных проблем на основе механизмов ресурсного межсекторного взаимодействия. Так, по словам профессора Института социально-политических исследований РАН С.В. Рогачева, негосударственные некоммерческие организации (НКО) становятся «необходимой и все более востребованной структурой гражданского общества» [19].

В свою очередь, спектр сфер «подотчетности» бизнеса государству достаточно широк, что предопределяет актуальность вопроса поиска компромисса между требованиями государства и интересами предприятий. Так, ответственность бизнеса перед органами власти подразумевает в первую очередь своевременное осуществление уплаты налогов и сборов, создание и обеспечение рабочих мест, а также соответствие деятельности предприятия требованиям всех установленных государством законодательных норм. Как следствие, приоритетными направлениями влияния предпринимательства на государство являются: вклад в формирование государственных финансов, вклад в обеспечение занятости населения страны и в формирование доходов населения, а также снижение объема нелегальной или противоречащей законам деятельности. Помимо этого, бизнес обеспечивает приток денег в регион, развивая территории присутствия [18. С. 8–9], что является важным показателем взаимодействия предпринимательских структур и местных органов власти. В целом, предпринимательские структуры, являясь, благодаря своей широкой ресурсной базе, важнейшим контрагентами органов власти в процессе разработки и реализации государственной политики, способны оказывать существенное влияние практически на все общественные процессы. Таким образом, взаимодействие между государством и бизнесом обусловлено как невозможностью эффективного развития бизнеса без поддержки государства, так и невозможностью выполнения государством своих социально-экономических функций без поддержки со стороны предпринимательских структур, а общество, в свою очередь, становится мощной силой, определяющей динамику процесса взаимоотношений данных институтов.

В целом, все вышеперечисленные аспекты взаимодействия бизнеса, государства и общества требуют поиска взаимных решений и должны стать предметом конструктивного диалога указанных институтов с целью поиска области, интегрирующей их интересы и способствующей взаимовыгодному сотрудничеству. Как отмечалось ранее, современные предпринимательские структуры все чаще выступают связующим звеном, обеспечивающим интеграцию общества и способствующим

щим его развитию совместно с государством. Следует добавить, что особое влияние на развитие самого бизнеса оказывает наличие серьезных изменений, сложившихся под воздействием совокупности глобальных факторов (глобализация экономических отношений, усиление конкуренции, развитие технологий, рационализация, индивидуализация запросов и рост требований потребителей и др.) [8], что вынуждает компании осуществлять поиск более эффективных способов укрепления конкурентных преимуществ на рынке. Так, характерной чертой крупных (численностью более 250 чел.)¹ российских промышленных предприятий все чаще становится проявление интереса к конкурентным преимуществам, лежащим в области нематериальных ресурсов. Обеспеченность информационным ресурсом и способность грамотно им оперировать становится важной составляющей успешного бизнеса наряду с инновационным потенциалом и возможностями предприятия в области производства и сбыта. При этом современное понимание сущности взаимоотношений выходит за рамки взаимосвязи «предприятие – клиент», расширяя ее до уровня государства и мирового сообщества, что в условиях острой конкурентной среды предопределяет необходимость поиска способов повышения эффективности взаимоотношений не только с клиентами, но и со всеми остальными заинтересованными сторонами². В связи с усилением роли и степени влияния на бизнес стейкхолдеров важным ресурсом предприятий становятся бизнес-коммуникации, представляющие собой «взаимодействие субъектов системы информатизации в процессе решения задач предпринимательства» [20]. В нашем понимании к бизнес-коммуникациям следует относить любое взаимодействие предпринимательской структуры с заинтересованными сторонами, непосредственно или косвенно направленное на достижение основной цели субъекта – извлечение прибыли.

¹ Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 1 июля 2011 г.) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». URL: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115870/

² В нашем понимании термин «заинтересованные стороны» является синонимом понятию «стейкхолдер». Стейкхолдеры – индивидуумы, организации или сообщества, имеющие непосредственное отношение к деятельности компании или связанные с ее деятельностью косвенно.

Итак, понимание современного механизма создания конкурентных преимуществ невозможно без осознания важности отношений в предпринимательстве. Отношения как результат эффективного осуществления бизнес-коммуникаций целесообразно рассматривать в качестве продукта, интегрирующего интеллектуальный и информационный активы предприятия и являющегося одним из важнейших ресурсов компании наряду с материальными, финансовыми, информационными и человеческими ресурсами [10]. Специалистами справедливо отмечается, что в условиях современных рыночных реалий успех предприятий часто находится в очевидной зависимости от установления, поддержания и улучшения взаимоотношений со стейкхолдерами. В частности, ориентация компаний на внесение изменений в структуру существующего предложения за счет превосходства в управлении взаимоотношениями предстает неотъемлемым атрибутом бизнеса, нацеленного на устойчивое развитие. При этом применение в качестве инструментария концепции маркетинга взаимодействия³, фундаментальным принципом которой является формирование, поддержание и развитие долгосрочного взаимодействия партнеров, способствует повышению эффективности взаимоотношений со всеми заинтересованными сторонами. В целом, успешное построение диалога бизнеса с обществом и государством труднореализуемо без совершенствования элементов бизнес-коммуникаций, а эффективность бизнес-коммуникаций определяется правильностью выбора элементов коммуникативного комплекса. Одним из факторов, способствующих разрешению данного противоречия и формированию устойчивого развития всех указанных субъектов экономики, является повышение социальной ответственности бизнеса.

На современном этапе развития предпринимательства необходимость выстраивать цивилизованные отношения с государством и обществом способствует повышению активности предприятий в сфере социально-экономического развития, при этом бизнес все более становится самостоятельным

³ Согласно подходу профессора Г.Л. Багиева, под маркетингом взаимодействия следует понимать «концепцию, ориентированную на долгосрочные взаимоотношения с клиентом и на удовлетворение целей участвующих в коммуникациях (сделках) сторон».

13. Mukhamedshina A.N. [The main aspects of corporate social responsibility on the Russian industrial services market]. *Materialy Mezhdunar. nauch.–prakt. konf. "Marketing i effektivnost' bankovskogo biznesa"* [Proc. of Int. Sci.-Pract. Conf. "Marketing and efficiency of the banking business"]. SPb.: SPbGEU Publ., 2013, pp. 221–228.

14. Oganis'an Yu.S. Modernization and policy in the XXI century. [*Modernizatsiya i politika v XXI veke*]. Moscow, ROSSPEN, 2011. Available at: <http://all-politologija.ru/knigi/modernizatsiya-i-politika-v-xxi-veke-oganisyan>

15. Panganiban R. Civil Society within ICT Partnerships, Alliances and Consultative processes. [Rol' grazhdanskogo obchestva v partnerstvax, al'ansyax i konsyl'tativnix protsessax v sfere IKT]. *Informatsionnoe obshchestvo – Information Society*, 2005, pp. 26–32. Available at: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/8eae27255cb96591c32571d5003cb9b8>

16. Poletaev V.E. Government and business in Russia: innovation and prospects. [*Gosudarstvo i biznes v Rossii: innovatsii i perspektivy*]. Moscow, INFRA-M Publ., 2012.

17. Polyakov L.V., Ioffe A.N. Social Studies. Global world in the XXI century. [Obschestvoznanie. Globalnyi mir v XXI veke]. Moscow, Prosveshenie Publ., 2008. Available at: www.prosv.ru/ebooks/Polakov_Global_mir_metod_11/6.html

18. Territorial development: the role and responsibility of business. Expert interviews. [Razvitie territoriy: rol' i otvetstvennost' biznesa. Ekspertniy opros]. *Biznes i obshchestvo – Business and Society*, 2010, no. 5–6(60–61), pp. 3–23. Available at: www.b-soc.ru/magazine/magazines/2010/43

19. Rogachev S.V. Social consolidation of society: the mechanism of intersectoral resource interactions. [*Sotsial'naya konsolidatsiya obshchestva: mekhanizm mezsektornogo resyrsnogo vzaimodeystvia*]. Available at: www.prosvetitelstvo.ru/docs/impipd.php?ELEMENT_ID=935

20. Dictionary of socio-economic terms. Available at: <http://socialeconom.academic.ru>

21. Yasin Ye. Economic policy and burden placed on the government. [Bremya gosudarstva i ekonomicheskaya politika]. *Voprosy ekonomiki – The Issues of Economy*, 2002, no. 11, pp 4–30.

22. Mukhamedshina A.N. [Corporate Social Responsibility of Russian industrial corporations in terms of globalization intensification]. *Materialy 2 Mezhdunar. mezhvuz. nauch.–prakt. konf. studentov magistratury "Sotsial'no-ekonomicheskoe partnerstvo – upravlenie budushchim"*. [Proc. 2 Int. Sci.-Pract. Conf. "Socio-Economic Partnership and Management of the Future"]. S.-Petersburg, SPbSUE Publ., 2013, pp. 27–32. Available at: http://unecon.ru/sites/default/files/sbornik_materialov_ii_mezhdunarodnoy_magisterskoy_konferencii.pdf



Место корпоративной социальной ответственности в экономико-организационном механизме взаимодействия общества, государства и бизнеса

субъектом не только экономической и политической, но и социальной жизни страны. Формирование и совершенствование института социально ответственного бизнеса становится все более характерной чертой большинства стран со стабильной экономикой и развитым гражданским обществом. При этом в рамках социально ответственного подхода к осуществлению бизнеса специалисты мирового уровня все чаще оперируют понятием «корпоративной социальной ответственности» (КСО, Corporate Social Responsibility, CSR). На наш взгляд, необходимо выделить пять основных сфер корпоративной социальной ответственности: экономическую (производство качественных товаров и услуг и т.д.); социальную (гарантия оплаты труда, социальная защита сотрудников, трудовые отношения и т.д.); экологическую (ресурсо- и энергосберегающая политика в сфере охраны окружающей среды, снижение уровня загрязнений и т.д.); правовую (соблюдение законодательно установленных норм и принятие добровольных инициатив сверх установленного законом минимума и т.д.); этическую (следование принципам деловой этики). Так, в нашем понимании, КСО крупных промышленных предприятий представляет собой «комплекс мер¹, реализуемых

предприятием добровольно (сверх неукоснительно соблюдаемых законодательно установленных норм) в пяти ключевых сферах: экономической, социальной, правовой, в сфере деловой этики и экологической безопасности, с целью обеспечения долгосрочного устойчивого развития предприятия и общества при соблюдении интересов всех заинтересованных сторон (собственников, инвесторов и акционеров; персонала, клиентов и конкурентов; поставщиков и других бизнес-партнеров; общественных организаций и профессиональных объединений; государства, местного и мирового сообщества) и в соответствии с ключевым направлением деятельности предприятия» [22. С. 29]. Автор отмечает, что КСО представляет собой комплексный подход, охватывающий обширный набор стратегических, практических и программных мероприятий, базирующихся на принципе обеспечения устойчивого развития и тесно интегрированных с процессами ведения бизнеса и принятия решений в компании. Так, стабильные взаимоотношения предприятия с окружающей средой (как внешней, так и внутренней) представляют собой ценный ресурс, формирующий дополнительное преимущество в условиях усиливающейся конкурен-

ции и унификации товаров и услуг. На наш взгляд, корпоративная социальная ответственность как инновационный элемент бизнес-коммуникаций способствует формированию более устойчивой внутренней среды, что становится залогом успешного партнерства государства и бизнеса, а также устойчивых взаимоотношений бизнеса и общества, и положительно сказывается на общих показателях функционирования предприятия на рынке. Мы придерживаемся мнения, что российский бизнес должен постепенно прийти к новой модели взаимоотношений с властью, обеспечивая, наряду с государством, социальную поддержку населения. При этом следует подчеркнуть, что успешная деятельность в социальной сфере предопределяет получение бизнесом в перспективе дополнительных преимуществ за счет грамотно выстроенных долгосрочных взаимоотношений с партнерами.

В соответствии с данным подходом мы определяем место корпоративной социальной ответственности в экономико-организационном механизме взаимодействия общества, государства и бизнеса в качестве неотъемлемого и компромиссного элемента взаимодействия субъектов внутри представленной системы отношений (см. рисунок).

На наш взгляд, корпоративная социальная ответственность является одной из важных составляющих деятельности крупных промышленных предприятий, а построение отношений на основе социального подхода посредством ее реализации способствуют успешному функционированию предприятия, формируя платформу для устойчивого развития в долгосрочной перспективе.

Также мы считаем целесообразным уточнить модель Е.Г. Ясина с учетом современных тенденций взаимодействия и взаимозависимости бизнеса, государства и общества. В качестве новой, четвертой зоны отечественной модели взаимоотношений бизнеса и государства, оказывающей существенное влияние на развитие гражданского общества, мы выделяем «зеленую» зону, для которой характерно добровольное осуществление предпринимаемыми структурами комплекса мер (сверх неукоснительно соблюдаемых законодательно установленных норм) в экономической, социальной и правовой сферах, в сфере деловой этики и экологической безопасности с целью

¹ Под комплексом мер в контексте КСО будем понимать совокупность социальных инициатив предприятия, реализация которых направлена на снижение нефинансовых рисков, долгосрочное

улучшение имиджа и деловой репутации компании, а также на рост капитализации и конкурентоспособности, обеспечивающих прибыльность и устойчивое развитие предприятия.

обеспечения долгосрочного устойчивого развития предприятия и общества при соблюдении интересов всех заинтересованных сторон и в соответствии с ключевым направлением деятельности предприятия. Отметим, что «зеленая зона» в нашем понимании имеет два существенных отличия от «серой»: во-первых, по характеру деятельности «зеленая» подразумевает исключительно добровольный вклад бизнеса в развитие общества, а во вторых – по объекту воздействия – не ограничивается только развитием территории, а предполагает комплексное налаживание взаимоотношений со всеми заинтересованными сторонами, способствующее в том числе и их устойчивому развитию.

В целом, корпоративная социальная ответственность становится центром пересечения интересов органов власти, бизнеса и потребностей общества, что превращает данное направление деятельности крупных предпринимательских структур в важный и, в некоторых случаях, неотъемлемый инструмент коммуникаций с заинтересованными сторонами. Как следствие, успешность современных предпринимательских структур характеризуется не только объемами полученной прибыли, но и их способностью эффективно удовлетворять растущие потребности общества, содействовать

его благополучному развитию. Таким образом, устойчивые взаимовыгодные отношения, выстраиваемые бизнесом в ходе диалога с властью и обществом, превращаются в уникальный ресурс, способный обеспечить предприятию существенные конкурентные преимущества. При этом главной причиной растущей приверженности предпринимательских структур поиску оптимальных инструментов взаимодействия с властью, в частности в сфере социальной деятельности, является осознаваемая целесообразность данной практики, особенно в долгосрочном, стратегическом плане. Построение эффективных бизнес-коммуникаций заслуженно становится важным аспектом деятельности крупных промышленных предприятий, а приверженность компаний принципам социальной ответственности и грамотное осуществление соответствующих инициатив – одним из индикаторов успешности деятельности компании наряду с ростом коммерческих показателей.

В заключение отметим, что корпоративная социальная ответственность представляет собой важный аспект предпринимательства, на основе которого, с применением инструментария маркетинга взаимодействия, должны строиться отношения предприятия с заинтересованными сторонами, особенно с обществом и государством. Так, мы

склонны рассматривать КСО в качестве фундаментальной основы социальной деятельности бизнеса, обеспечивающей дополнительное конкурентное преимущество в виде устойчивого развития предприятия в рамках следования концепции маркетинга взаимодействия. Осуществление бизнеса с учетом общегосударственных интересов способствует укреплению единого экономического и политического пространства, а также формированию условий для активного участия самой предпринимательской структуры в развитии экономики и институтов гражданского общества [16. С. 146]. В нашем понимании, государству следует создавать условия для развития бизнеса, при которых его представители сами были бы заинтересованы в содействии решению актуальных общественных проблем. Мы придерживаемся мнения, что именно добросовестное, эффективное, взаимовыгодное партнерство бизнеса, государства и общества является фундаментом, на котором может и должна быть построена система взаимодействия указанных институтов. На наш взгляд, именно развитие корпоративной социальной ответственности призвано способствовать установлению компромисса между требованиями государства, растущими потребностями общества и коммерческими интересами предпринимательских структур. ■