

ОРИЕНТАЦИЯ ОТНОШЕНИЙ БИЗНЕСА, ОБЩЕСТВА И ВЛАСТИ НА ИННОВАЦИОННЫЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ

© 2005 В. В. Лотин

Российская академия государственной службы при Президенте РФ, г. Москва

В статье анализируется ход реформ, происходящих в России и способствующих рационализации отношений бизнеса, общества и власти, а также взаимодействие и партнерство бизнеса со структурами гражданского общества.

Сложившаяся практика отношений бизнеса, общества и государства недостаточно ориентирована на инновационный путь развития. В цивилизованном обществе бизнес не может обойтись без государства в силу того, что оно определяет правила функционирования для всех без исключения субъектов хозяйствования. В свою очередь бизнес является своеобразным инструментом, с помощью которого государственные органы управления реализуют ряд функций в обществе, используя при этом природные свойства бизнеса, его цели, функции в экономической системе и способы их реализации. По сути, бизнес и государственные органы управления находятся во взаимной зависимости, базирующейся на природных свойствах бизнеса и специфических функциях государства, направленных на удовлетворение потребностей общества за счет их совместной деятельности, реализуемой через хозяйственные связи.

Хозяйственные связи как форма проявления производственных отношений осуществляются через деятельность субъектов хозяйствования, но они носят объективно обусловленный характер, зависят от природной, социально-трудовой, институциональной, культурной среды, уровня развития науки и техники.

Для того, чтобы бизнес стал действительно инновационной стратегической силой социально-экономического развития страны за счет своих внутренних источников, необходимо знать и развивать его мотивационные установки, обуславливающие связи с государственными органами управления. При этом ключевыми условиями являются экономическая свобода производителей и потребителей,

конкурентные отношения, возможности реализации национальных интересов общества.

Государство должно консультироваться с бизнес-структурами о принятии важных инновационных решений, касающихся их участников, и стремиться к достижению общей позиции. Оно может передать некоторые свои функции по управлению бизнесом другим субъектам хозяйствования. Но при этом необходимо более четко определить, за что и в какой степени государство отвечает за бизнес, и упорядочить эти зоны ответственности. Нельзя допустить, чтобы права государства стали правами чиновников, которые от имени государства, но в своих интересах используют их во взаимоотношениях с бизнесом.

Социально ответственный бизнес напрямую связан с российской культурой, вытекающими из нее традициями и менталитетом предпринимателей. Россия сформировалась как страна в основном православной культуры. Православие – восточная ветвь христианства, имеющая специфику по сравнению с католицизмом и особенно протестантизмом. Наша национальная традиция связана со стремлением к познанию истинных ценностей и овладению ими, а не к беспредельному богатству.

Таким образом, в России имеются как экономические, правовые, так и духовные, национальные, культурные традиции для возрождения социально-ответственного поведения бизнеса и ориентации его на инновационный путь развития. При этом не обойтись без поддержки государства. Государственная поддержка инновационных функций бизнеса должна представлять собой систему мер различных уровней власти и управления, на-

правленных на создание хозяйствующим субъектам, негосударственным структурам и самой личности условий для решения инновационных проблем. Требуется продуманная политика органов власти в сфере бизнеса и инновационных хозяйственных отношений. Такая политика должна формироваться и реализовываться с широким привлечением различных институтов общественного самоуправления, бизнес-объединений, населения. Социальная деятельность в регионе должна опираться на инициативу органов государственной власти и управления, бизнесменов и населения. Усилия государства при этом должны концентрироваться в сфере законодательного регулирования инновационных правил поведения и обеспечения выполнения их всеми участниками.

Главное заключается в том, чтобы субъекты бизнеса и власти не вытесняли друг друга в процессе решения инновационных проблем, конкурируя при получении наиболее значимых проектов и программ, а являлись полноправными партнерами. Некоммерческие организации могут оказывать услуги бизнесу в целях поддержки его социально ответственных функций, которые влияют на инновационный характер деятельности в данной сфере. Если обобщать материалы о таких услугах, то можно выделить наиболее реальные и значимые направления их развития. По каждому из них существует ряд успешных примеров из региональной и московской практики. Для каждой организации выбор реальных и приоритетных направлений индивидуален. В качестве основных направлений следует выделить образовательные услуги; услуги кадровых агентств; услуги ярмарок; рекламные услуги по продвижению социально ответственного бизнеса; информационные услуги; услуги по цивилизованному лоббированию социально ответственного бизнеса; фандрайзинговые услуги по совместному использованию и привлечению ресурсов к социальным проектам. Существует широкий спектр инструментов, посредством которых реализуются социальные функции бизнеса в регионе. К ним можно отнести следующие: социальные программы бизнес-структур; социальная отчетность; социальный аудит; социальные рейтинги и т. д.

Таким образом, бизнес не может обойтись без государства, точно так же, как и государство заинтересовано в инновационном, социально ответственном развитии бизнеса. Качество их взаимодействия оценивается обществом.

Роль бизнеса, общества и государства и степень их участия в развитии экономики существенно изменились. Участники экономических процессов все в большей мере становятся зависимыми друг от друга. Фактически происходит постепенное слияние их отдельных интересов в единые национальные. Многие развитые страны выходят из того состояния, когда роль государства была преобладающей во всем, а бизнес не считал нужным соотносить свою выгоду с интересами общества. Теперь они находятся на пути к единению интересов бизнеса, общества и государства. Хотя предпринимательский сектор остается основным средством создания общественного благосостояния, все большую роль в этом процессе начинают играть социальные службы, обеспечивающие телекоммуникации, образование, здравоохранение. Одновременно общественные интересы становятся все более осознанными на местном и региональном уровнях.

Современное общество основано на взаимной договоренности между его членами и общности интересов бизнеса и государства. Роль общества во взаимодействии бизнеса и власти становится особенно актуальной, поскольку глобализация, интеграция бизнеса делают более важными региональные экономические объединения бизнес-структур, а также определяют грани между политикой международной дипломатии и политикой бизнеса. Если прежде мир имел дело с горизонтально выстроенной межгосударственной системой хозяйствования, то теперь складывается многоуровневая структура экономического регулирования бизнеса с принципами и правилами, действующими на глобальных и региональных площадках. Изменение правил не должно происходить вне публичной политики. Они должны выработываться при непосредственном участии как правительств, так и рыночных агентов, особенно транснациональных предприятий, социальных движений, неправительствен-

ных организаций, традиционных общественных институтов.

В настоящее время государство выступает по отношению к бизнесу в роли полисмена и прокурора, представляя якобы интересы индивидуального потребителя. Неудивительно, что государство и бизнес друг другу не доверяют. Хозяйственная политика предполагает строгое соблюдение минимума жестко определенных правил, разработанных при посредничестве юристов и профессиональных лоббистов, занимающих различные позиции в международных институтах, администрациях, бизнесе и академических кругах. Государство, участвуя в экономической интеграции с бизнесом, должно отвечать, прежде всего, перед своим народом и защищать благополучие собственных граждан. Высшим ориентиром для государства в его хозяйственной деятельности должен быть не рынок как таковой, а достигаемый с его помощью социальный мир и качество жизни. Это является основанием для того, чтобы между представителями государства и бизнеса складывалось взаимное доверие и культура сотрудничества в хозяйственных вопросах, причем каждая сторона привносит специфический ресурс, которым она располагает. Выигрыш от интеграции бизнеса и государства достигается в результате постепенной и скрупулезной выработки всеми ее участниками общей культуры.

Успешное развитие российского общества, продвижение его по пути реформ в сфере инновационных отношений бизнеса и власти в немалой степени зависит от возможностей народа мобилизовать максимум имеющихся в его распоряжении ресурсов, умения различных общественных групп объединять свои усилия. Пока же в стране царит атмосфера взаимного недоверия и подозрительности в отношениях «государство – бизнес – общество». Представители власти в общественном сознании воспринимаются как участники дележа национального пирога. Им нет дела до того, как построить отношения с бизнесом и обществом. Бизнесмены же воспринимаются как субъекты наживы. Народ воспринимается как некое трудолюбивое скопище, которому чужды сложные эмоции, кото-

рое довольствуется малым и который не в состоянии ничего решать самостоятельно.

Несомненно, в долгосрочных интересах бизнеса продолжение и углубление реформ, способствующих рационализации отношений бизнеса, общества и власти, а также взаимодействие и партнерство со структурами гражданского общества.

Общество в подавляющем большинстве стран состоит из трех основных секторов: государство, бизнес и гражданское общество. Государственный сектор включает в себя политические партии, правительственные структуры, силовые структуры, правосудие, законодательные органы и механизмы, государственные учреждения, агентства и т. д. Сектор бизнеса – это организованная предпринимательская инициатива граждан, направленная на получение прибыли через удовлетворение общественных потребностей. Он включает в себя национальные и международные корпорации, финансовые институты. Гражданское общество – это социальные нормы, практика и организованные добровольные инициативы граждан, направленные на решение проблем общества.

В России гражданское общество еще только нарождается. Однако его значение чрезвычайно велико и потенциальные возможности его влияния на происходящие в стране процессы весьма существенны. Далеко не каждый человек может стать государственным чиновником, политиком или бизнесменом. Но каждый человек, включая чиновников, политиков и бизнесменов, может участвовать в решении социальных проблем, объединяясь с другими людьми и создавая структуры гражданского общества. Таким образом, гражданское общество предоставляет возможности для инициативы и конструктивной деятельности каждому человеку.

Важнейшим инструментом обеспечения экономического взаимодействия бизнеса и государственных органов управления является бизнес-лоббирование. Формирование современных целей и задач бизнес-лоббизма напрямую связано с пониманием сущности и природы данного явления. Существует множество определений лоббизма. В общем понимании лоббизм – это цивилизован-

ный инструмент воздействия на властные структуры с тем, чтобы убедить их принять желательные для лобби решения. Бизнес-лоббизм, как и прочие институциональные образования, вырастает из реальных межчеловеческих и межгрупповых отношений под воздействием доминирующих управленческих, экономических, социальных, политических, культурных традиций. Основная задача состоит в том, чтобы не допускать отчуждения между законодательными, а также исполнительными органами власти и различными слоями населения. Наиболее наглядно справедливость всего сказанного обнаруживается на региональном уровне, где руководители непосредственно общаются с людьми, создавая у них представление об истинных приоритетах органов государственной власти.

Определяющая функция всякой лоббистской деятельности заключается в систематическом и целенаправленном влиянии как на законотворческую деятельность государства, так и на процессы реализации законов и административных актов, принимаемых его органами. Влияние оказывается группами, именуемыми «группами давления» или «группами влияния». «Давление» (влияние) на парламент или администрацию осуществляется ими с целью реализации групповых интересов. Суть этой функции сводится (независимо от конкретной сферы объекта лоббирования) к посредничеству между гражданами и государством (говоря конкретнее, между их составляющими, далеко не в последнюю очередь между бизнесом и властью), не допуская отчуждения в их взаимоотношениях.

В стране давно назрела необходимость подвести законодательную основу под лоббистские образования. В частности, при отсутствии правовой базы трудно отличить бизнес-лоббизм от протекционизма и коррупции, плавно переходящих в подкуп и шантаж.

Лоббизм присутствует во всем мире при рождении практически всех политически и экономически значимых решений (как на уровне правительства, президентского окружения, так и на уровне законодательной власти). Но в России, в отличие от многих других стран, где группы давления могут отста-

ивать свои интересы на основании законов, прямо или косвенно оговаривающих их права и обязанности, лобби остаются до сих пор вне закона, точнее, в тени.

В качестве ключевых проблем, присущих современным экономическим системам, следует выделить ответственность бизнеса перед обществом и государством. Представления о социальной ответственности бизнеса в партнерстве с обществом и государством во времени существенно менялись. Прежде всего, менялось само понятие «ответственность». Анализ публикаций по проблематике ответственности показывает, что она стала предметом обсуждения различных специалистов, в том числе и философов, сравнительно недавно, в конце XIX – начале XX веков. Некоторые аспекты ответственности, например, причинность и вменение в вину, необходимость и свобода воли, затрагивались еще греками, но совершенно самостоятельно, вне всякой связи с проблемой ответственности как таковой.

Проведенный анализ различных исследований по проблеме ответственности позволяет сделать ряд выводов. Ответственность всегда связана с нормами деятельности и может быть введена только там, где они существуют. Незнание конкретных норм не освобождает субъекта от ответственности. В принципе он знает, что они существуют. Как показывает практика, ответственность существует и тогда, когда нарушения нормы не произошло.

Любое нарушение нормы, вне зависимости от целей и мотивов, обуславливающих эти нарушения, всегда таит в себе определенную опасность. Риск, связанный с этим, может быть иногда уменьшен посредством знания демократических принципов управления, но никогда не может быть сведен к нулю. Субъект деятельности должен считаться с этой опасностью. Средством уменьшения опасности и служит ответственность. Ответственность требует осознания опасности, построения деятельности субъекта с учетом ее существования.

Как только новый регулятор (ответственность) становится предметом рассмотрения управления в какой-то сфере деятель-

ности, например в социальной, то неизбежно должны последовать попытки применения этого регулятора и в других сферах. Понятно, что «ответственность» не выступает сама по себе причиной действия или бездействия. Она является, скорее, формальной стороной всех действий. Поэтому ответственность может относиться только к делам, произошедшим в действительности. Она предполагает контроль за своим действием со стороны агента действия, что требует обязательности наличия свободы воли. Ответственность есть мера соответствия свободы воли действующего субъекта и необходимости соотношения ее со свободой воли других субъектов. Менялось во времени и представление о социальной ответственности как объекте управления. Впоследствии разные авторы при различных подходах к данному понятию все же пытались связать «социальную ответственность» с социальным влиянием или с социальными последствиями действий.

Одновременно с изменением понятия «социальная ответственность» менялось и понятие «социальная ответственность бизнеса». Вначале социальная ответственность бизнеса рассматривалась как реализация социального долга перед обществом. Его сменило либеральное понимание, в рамках которого социальная ответственность бизнеса воспринимается как его естественная природа, результат реализации бизнесом своих целей. В данном случае уплата налогов, создание рабочих мест, удовлетворение запросов потребителя, партнерские отношения рассматриваются как собственно реализация социальной ответственности бизнеса. Сложилось и утилитарное понимание социальной ответственности бизнеса, при котором она воспринимается субъектом хозяйствования, обществом и государством как фактор конкуренции. На данной эволюционной ступеньке понимания социальной ответственности бизнеса активно развиваются формы спонсорства, благотворительности как фактора популярности, имиджа компании.

Известно также интегральное понимание социальной ответственности бизнеса, при котором она воспринимается как условие существования самого бизнеса. Социаль-

но ответственный бизнес становится реальной силой, влияющей на умонастроения гражданского общества. Бизнес по своей природе рационален, поэтому совершенно понятно, что его стратегия направлена на минимизацию затрат и максимизацию выгод.

На выбор инструментов и целей реализации социальной ответственности бизнеса влияют различия в истории, культуре, политических системах каждой страны. На социальной ответственности бизнеса отразились такие характеристики, как децентрализованная система государственного управления, позитивные традиции рыночной экономики с элементами государственного регулирования. Исторический опыт поколений показал, что развитие общества и бизнеса – это взаимозависимые процессы. Принятие бизнесом социальной ответственности делает его реальным субъектом хозяйствования, влияющим на ситуацию.

В настоящее время концепция социальной ответственности бизнеса претерпевает эволюционные изменения под влиянием глобализационных процессов. До этого идея социальной ответственности бизнеса вытекала из определенной формы государственности. Государство брало на себя обязательства обслуживать граждан. В рамках социальной ответственности и социального партнерства между бизнесом, обществом и государством руководящая и направляющая роль принадлежала государственным структурам. Однако в последнее время ситуация начала меняться. Государство утрачивает, а частично и отстраняется от ведущей роли в этом процессе, передавая бизнесу значительную часть своих социальных функций.

Западный опыт развития социальной ответственности бизнеса показывает, что компании, заинтересованные в скорейшем разрешении кризисных ситуаций, не экономят на инвестициях, что высвобождает ограниченные ресурсы государства для других потребностей. В результате общая выгода позволяет значительно повысить уровень благосостояния и стабильности в обществе, что устраивает всех участников трехстороннего партнерства. Эффективная и жизнеспособная система социальной ответственности

с ведущей ролью бизнеса нуждается в высоком кредите доверия со стороны общества в целом и отдельных граждан в частности. Однако тот уровень доверия, который люди испытывают к государственным структурам, невозможно завоевать за несколько лет. Кроме того, частные компании поддаются стремлению сорвать крупную прибыль и отказываются вкладывать капиталы в процессы, которые требуют долгосрочных обязательств или не гарантируют стопроцентный результат. Несмотря на это, развитие трехсторонних отношений с ведущей ролью бизнеса в системе мирового сообщества позволяет успешно решать многие социальные проблемы населения. Для России регулирующая и координирующая функция государства в этом вопросе выступает исторически оправданным явлением, снижающим риски социальной ответственности бизнеса.

Социальная ответственность немыслима без соответствующих стандартов, которые должны соответствовать определенным характеристикам. Ориентируясь на них, бизнес-компании могут оценивать социальные и экономические последствия своей деятельности. Раньше ни исследователи, ни государство не интересовались этой проблемой. Сейчас стандарты социальной ответственности бизнеса в той или иной мере отображаются в социальной отчетности корпораций.

В настоящее время мир озабочен разработкой современных стандартов социальной ответственности бизнеса. Пока же их нет, и у многих компаний отсутствует четкое представление об объекте их социальной политики и о том, как социальная ответственность влияет на решение задач устойчивого развития. В соответствии со сложившимися в России традициями устойчивое развитие имеет социальный, экологический и экономический аспекты. Современные подходы к оценке социальной роли бизнеса базируются в основном на традициях национальной культуры той или иной страны.

Как известно, бизнес влияет на экономическое развитие общества через воздействие на государственную политику. Государственная политика (в широком смысле деятельность власти по решению социальных

проблем населения) включает в себя такие механизмы, как постановления, правила и нормативы, руководящие указания, требования и стандарты, затрагивающие ответственность корпораций. Она имеет экономические последствия. В частности, политическое лоббирование по законодательству о налогах на предпринимателей и государственных субсидиях оказывает непосредственное влияние на уровень инвестиций корпораций и их налоговых взносов. Задача высших должностных лиц (тех, кто вырабатывает политические решения) состоит в том, чтобы создавать условия для улучшения общих результатов деятельности фирм или предприятий и повышения эффективности экономики в целом. К компетенции государственного регулирования относится и ответственное поведение корпораций. Есть масса примеров, когда корпорации, действуя в духе партнерства, поддерживают регулирование в области социальной политики и устойчивого развития. Но ключевое значение имеет здесь упорядочение нормотворчества, потому что слишком жесткая стандартизация может быть столь же разрушительной, как и попустительство.

Следует отметить, что в индустриальную эпоху основные социальные обязательства перед обществом несло национальное государство, которое выступало в качестве главного гаранта безопасности, социальной стабильности и ориентировалось в основном на внутренние стандарты социального развития. Однако глобализация открыла перед бизнесом невиданные ранее возможности, грамотное использование которых позволяет частным корпорациям аккумулировать в своих руках огромные ресурсы и на равных конкурировать с государствами в сфере осуществления своих властных амбиций. Изменились и стандарты социального поведения субъектов хозяйствования. Обратной стороной этой конкуренции между национальными государствами и крупными корпорациями стал постепенный переход многих обязанностей государственных структур в распоряжение бизнеса.

В данной ситуации серьезное значение приобретает не только отношение государства к решению социальных проблем, но и

участие в этом других институтов открытого общества на базе трехсторонней ответственности. Такое название трехсторонняя ответственность (партнерство) получила потому, что она формируется благодаря усилиям трех ключевых общественных сфер: частного бизнеса, гражданского общества и государственной службы.

Быстрые темпы формирования трехстороннего сотрудничества на глобальном уровне говорят о жизнеспособности глобального гражданского общества. Иными словами, современные процессы социального развития нуждаются в координирующих структурах, облегчающих взаимодействие между различными сферами общественно-политического бытия. Правительства и межправительственные организации более не могут в одиночку справиться с вызовами времени. Параллельно происходит увеличение влияния частного сектора и организаций гражданского общества (включая неправительственные организации, СМИ, профессиональные группы и т.д.) на развитие событий как на локальном, так и на глобальном уровнях.

Практически каждая крупная проблема современного общества подвергается глобальному анализу со стороны государства, гражданского общества и частного сектора, после чего следуют попытки вмешаться и получить необходимый результат. Часто своевременное вмешательство той или иной стороны приводит к быстрому и эффективному решению проблемы. Однако для того, чтобы успешно справляться с проблемами глобальных вызовов, необходимо создание широких общественно-политических сетей, в рамках которых усилия всех «игроков» координируются и направляются в нужное русло. Создание подобных сетей уже началось благодаря интеграции экономик в единую социально-хозяйственную систему. Подобные сети существуют для налаживания быстрых контактов и обмена необходимой информацией между общественным сектором (федеральные, региональные, местные органы власти), частным сектором (бизнес и промышленность) и гражданским обществом (неправительственные организации различных типов).

На сегодняшний день имеется множество подобных сетей, демонстрирующих, что совместная деятельность частного сектора и правительственных структур возможна и приносит обоюдную пользу в рамках соблюдения интересов гражданского общества.

Поддержка гражданской активности требует новых форм общественно-политического партнерства между бизнесом, государством и гражданским обществом. Следует иметь в виду, что крупные, средние и мелкие предприятия до настоящего времени поддерживали общество в основном своей спонсорской деятельностью. Однако это не означает их активного участия в гражданском обществе. Необходимо находить новые пути развития гражданского общества. В США, Великобритании, Нидерландах важной составной частью активного гражданского общества является концепция корпоративного гражданства. Речь идет об ответственности предприятий перед обществом. Эта концепция имеет своей целью установление плодотворных партнерских отношений между бизнесом и гражданским обществом. Для обеспечения надежного будущего недостаточно только ориентации на рынок, спрос и предложение. Кроме того, рынок может извлечь пользу из импульсов, исходящих от гражданского общества, от процессов и дискуссий, происходящих в нем. Не только гражданское общество, но и бизнес, согласно концепции «корпоративного гражданства», должен служить общему благу.

Призыв, адресованный предприятиям, к тому, чтобы они воспринимали себя как добрые граждане, не означает, что они должны отказаться от свойственной им логики рынка, которая предпочитает человеческий и акционерный капитал социальному. Между тем для гражданского общества понятие социального капитала имеет большое значение. Это, по существу, способность общества укреплять взаимное доверие между гражданами, их сплоченность. Социальный капитал отличается тем, что им не торгуют на рынке, его нельзя рассматривать как личную собственность. Использование социального капитала не ведет к его истощению. Социальный капитал – это больше, чем производ-

ственный фактор. Он включает в себя важные неэкономические аспекты (различный образ мысли и склад ума, институциональные связи, социальные отношения), которые укрепляют сотрудничество и солидарность в обществе. Социальный капитал – это условия функционирования рынка, не имеющие рыночной формы.

Предприятия должны быть заинтересованы в развитии социального капитала общества, что означает осознание ими своей ответственности перед обществом. Важно также, чтобы забота о социальном капитале не противоречила инновационной экономичес-

кой активности. В то же время при всей важности укрепления связей между экономикой и гражданским обществом государство не может снять с себя социальную ответственность. Сильное гражданское общество не может существовать без поддержки государства. В сотрудничестве бизнеса и гражданского общества важную роль будут играть посредники. Это могут быть частные агентства или добровольные организации. Государство может оказать помощь в развитии инфраструктуры для таких агентств и организаций путем предоставления им финансовых или материальных ресурсов.

ORIENTATION OF BUSINESS SOCIETY AND AUTHORITY RELATIONS TO THE INNOVATIVE WAY OF DEVELOPMENT

© 2005 V. V. Lotin

Russian Academy of Public Service Supervised by the President of Russia, Moscow

The paper analyses the progress of reforms taking place in Russia and assisting the rationalization of relations between business, society and authorities as well as business's interaction and partnership with the structures of civil society.