

ИНСТИТУЦИАЛИЗАЦИЯ ПРАКТИК ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ КАК ФАКТОР ПРЕОДОЛЕНИЯ ПОСЛЕДСТВИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

РОГОЧАЯ Г. П.,

*доцент Кубанского государственного университета,
кандидат философских наук
(Краснодар)*

На протяжении последних десяти лет государство активно призывает бизнес к социальной ответственности. Данный призыв, несомненно, рассчитан на определенную социальную аудиторию и артикулирует востребованные ценности социальной справедливости.

В современных условиях происходят существенные изменения в области взаимодействия бизнеса и власти, что сопровождается обнаружением большого числа общих интересов и усилением сотрудничества между ними. Подтверждение этому многочисленные проекты в рамках государственно-частного партнерства. Появляются социальные программы, представляющие собой разработку, реализацию проектов в социальной сфере с целью повышения значимости и статуса компании в деловом сообществе, властных структурах, деловых и общественных кругах. Эта функция осуществляется обычно в партнерстве с местными, региональными и федеральными органами государственной власти, в сотрудничестве с некоммерческими и общественными организациями, профессиональными ассоциациями.

Безусловно, такое сотрудничество можно отнести к позитивным аспектам коммуникации бизнеса и власти. Социальное партнерство способствует выработке взаимовыгодных стратегий развития, как для государства, так и для бизнеса и развитию культуры социального

диалога в российском обществе. Очевиден также и тот факт, что в условиях перманентного экономического кризиса, начавшегося в 2008 году и разной степенью интенсивности продолжающегося до сих пор, государству достаточно сложно выполнять взятый курс на увеличение социальных расходов. В этой связи государство старается переложить ряд обязательств социального характера на бизнес-сообщество. Крупные корпорации также заинтересованы в росте своего социального капитала, напрямую влияющего на репутацию компании не только внутри страны, но и за рубежом.

Несколько иная ситуация в области социальной ответственности складывается в сфере среднего и малого бизнеса. Трансляция «призыва к социальной ответственности» по вертикали власти на местный уровень имеет зачастую обратные результаты и порождает практику принудительной социальной ответственности. Причины доминирования данных отношений в практике взаимодействия различны. К ним можно отнести и фактор зависимости данного способа коммуникации от тради-

ции патронирования властью социальных инициатив, и стремление приписать себе заслуги бизнеса в тех или иных социальных проектах. Данное положение вещей обусловлено во многом политической культурой как российской власти, так и российского бизнеса. Анализируя причины, влияющие на воспроизводство традиционных практик коммуникации, С.В. Цирель выделяет ряд факторов, влияющих на воспроизводство традиционных практик коммуникации в российском обществе:

- потребность властей увеличивать свои полномочия при неспособности людей самостоятельно договориться между собой (или во всяком случае большая простота присвоения этих полномочий, чем попыток развить гражданские структуры);

- отсутствие реального сопротивления присвоению властями тех функций и полномочий, с которыми могли бы справиться неправительственные структуры, если бы они существовали и эффективно функционировали;

- подспудное или усвоенное на собственном опыте знание людей о своей неспособности договариваться друг с другом без помощи властей.

Все это приводит к образованию авторитарной власти, независимо от существования прежних авторитарных режимов и их традиций. Таким образом, источниками авторитаризма в России являются не только (а может быть, и не столько) зависимость от пройденного пути и культурные традиции, но в значительной степени самостоятельный механизм, порождающий новый авторитаризм, более или менее независимый от предыдущего» [1]. Другой не менее важной причиной, на наш взгляд, является сформировавшаяся в 2000-е годы модель государственного корпоративизма. И как результат - сращива-

ние современного российского бизнеса и власти. В силу отсутствия традиции формирования бизнеса из структур гражданского общества наличие административных возможностей является единственным гарантом сохранения собственности. Немаловажным фактором, способствующим разрастанию неформальных практик взаимодействия, служит и бюджетная политика последних лет, когда региональные власти, аккумулируя у себя бюджетные поступления, перекачивают социальную нагрузку на местные власти. Которые, фактически не имея бюджетных ресурсов для решения своих социальных задач, вынуждены вести «торг» и оказывать давление на бизнес для выполнения своих социальных обязательств. Создавая механизмы «принудительной социальной ответственности» в форме участия в дофинансировании территорий.

Ситуация в области социальной ответственности российского бизнеса сегодня характеризуется неоднозначно, крупные компании начинают включаться в процесс формулирования стратегии корпоративного гражданства, заимствуя формат зарубежных моделей корпоративного гражданства без учета российской национальной специфики и сложившихся стереотипов социального поведения. В то же время институционализация интересов самого бизнес-сообщества протекает крайне медленно и относительно фрагментарно. Не умея консолидированно отстаивать интересы бизнес-сообщества на местном и региональном уровне, малый и средний бизнес воспринимает участие в социальных проектах как дополнительное налогообложение. По мнению ряда исследователей, в России сейчас наблюдается ситуация, подобная той, которую Америка пережила в 70-х, когда госу-

дарство инициировало социально ответственное поведение корпораций, предписывая им осуществлять инвестиции в «подшефные» территории, где они «оперируют бизнесом». Однако у нас, учитывая, согласно социологическим опросам, что отношение общества к крупным предпринимателям и крупному бизнесу неоднозначно – вполне реально опасность использования властью (точнее сказать, «стоящими у власти») недовольства населения для прессинга на бизнес [2]. Очевидно, что складывающаяся система взаимодействия бизнеса и власти формирует различные правила для представителей крупного бизнеса и для представителей МСБ.

Крупный бизнес в состоянии контактировать с органами власти напрямую, используя, кроме того, собственные связи и возможности применения методов лоббирования, в то время как средний бизнес вынужден пользоваться существующими коммуникационными площадками, среди которых можно отметить союзы промышленников и предпринимателей, «Деловую Россию» и «Опору». Высказывается мнение относительно того, что «если раньше роль канала общения бизнеса с властью играли и некоторые политические партии (СПС, «Справедливая Россия» и др.), то теперь ее играют главным образом фракции и группировки внутри «Единой России»[3]. Все это приводит к угрозе дискредитации идеи корпоративного гражданства и социальной ответственности бизнеса, которые нуждаются в институционализации практик взаимодействия и формулировании единых правил для всех. В этой связи хотелось бы напомнить о базовых принципах социального партнерства и его смысловой составляющей. Социальное партнерство связано с установлением

и воспроизводством социально-допустимой и социально-мотивированной системы социальных неравенств, обусловленных разделением труда, различием места и роли отдельных социальных групп в общественном производстве и воспроизводстве. Основные принципы социального партнерства можно сгруппировать следующим образом:

- демократичность, законность, добровольность, равноправие сторон;
- гуманизм, социальная солидарность, социальная справедливость, свобода в экономической и политической сферах, уважение, согласие и защита сторон, полномочность их представителей;

- социальный диалог, сотрудничество, взаимодействие, свобода выбора в обсуждении вопросов, составляющих содержание соглашений и договоров, обязательность их исполнения, ответственность сторон за неисполнение приятных соглашений и договоров. Игнорирование принципов «законности, добровольности, равноправия сторон» может привести к дискредитации самой идеи корпоративного гражданства и социального диалога.

Такая ситуация, бесспорно, тормозит процесс стабильного развития общества и роста благосостояния граждан и общества в целом. Сложившаяся ситуация, когда неформальные практики взаимодействия бизнеса и власти грозят занять доминирующее положение над формальными, может привести к утрате государственным аппаратом своей легитимности. На первый план в политической и экономической деятельности выдвигается слой административных предпринимателей, обладающих неограниченными ресурсами, что, несомненно, снижает уровень конкурентоспособности хозяйствующих субъектов и способствует складыванию коррупционной среды.

ЛИТЕРАТУРА

1. Цирель С.В. Преобладание иерархического типа взаимодействия власти и бизнеса как проявление зависимости от предшествующего развития // URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/211519.html>.
2. Беляева И., Батаева Б. Корпоративное гражданство: через классику - к российским реалиям // URL: <http://www.soautpprf.ru/site.xp/056053057.html>.
3. Власть, бизнес, общество в регионах: неправильный треугольник / под ред. Н.Петрова и А.Титкова. – М.: Моск. Центр Карнеги, 2010. С. 143.