

СОВРЕМЕННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК СУБЪЕКТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ВЛАСТНЫМИ СТРУКТУРАМИ

Балдина Ю.А.¹, Кузменко Ю.Г.¹

¹ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет», Челябинск, Россия (454000, г. Челябинск, пр. Ленина, 76), e-mail: jbaldina@mail.ru

В статье представлены основные проблемы взаимодействия властных и предпринимательских структур, обоснована необходимость рассмотрения взаимодействия бизнеса и власти с позиции социально ответственного поведения. Предметом исследования являются экономические и организационно-управленческие отношения, возникающие в процессе взаимодействия предпринимательских и властных структур. Обозначены роли современного предпринимательства как субъекта взаимодействия с властными структурами с позиции социально ответственного поведения. Даны субъектные характеристики предпринимательской структуры и соответствующие им характерные признаки в рамках конкретной области ответственности. Обоснована необходимость деления характерных признаков по степени их формализации на формальные (обязательные к исполнению и приписанные в законах и иных нормативных документах), а также неформальные (добровольно принятые на себя обязательства компании).

Ключевые слова: предпринимательские структуры, властные структуры, взаимодействие, социальная ответственность.

MODERN ENTREPRENEURSHIP AS A SUBJECT OF INTERACTION WITH POWER STRUCTURES

Baldina Y.A.¹, Kuzmenko Y.G.¹

¹ South Ural State University Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Professional Education, Chelyabinsk, Russia (454000, Chelyabinsk, Lenina ave. 76), e-mail: jbaldina@mail.ru

The paper presents basic problems of interaction between power and business structures, justifies the need for considering the interaction of business and government from the perspective of socially responsible behavior. The subject of research is economic, organizational and administrative matters arising in the process of interaction of business and power structures. The paper defines the role of modern entrepreneurship as a subject of interaction with power structures from the perspective of socially responsible behavior. It gives subjective characteristics of a business structure and its relative attributes within a specific area of responsibility. It justifies the need for dividing the attributes by the degree of their formalization into formal (binding and assigned in laws and other regulatory instruments) and informal (company's voluntarily assumed obligations).

Keywords: business structures , power structures , interaction , social responsibility

Актуальность темы обусловлена в первую очередь ухудшающимся социально-экономическим положением в России на фоне осложнения геополитической обстановки. Возрастающие темпы инфляции и стремительно падающая покупательская способность граждан, отток иностранного капитала, замедление темпов экономического роста – все это требует максимальной консолидации общественных, экономических и политических сил, где значимая роль отводится предпринимательству как основному созидательному институту. Но само по себе предпринимательство не сможет стать единственным стратегическим ресурсом и источником развития национальной экономики. Для этого необходимы, на наш взгляд, определенные условия, в первую очередь соответствующие современным тенденциям и направлениям развития корпоративная предпринимательская среда, законодательная база и институты с главенствующей ролью государства.

Проведенный анализ терминологического аппарата данной области знаний показал, что в настоящее время наблюдаются множественные подходы к трактовкам одних и тех же понятий и категорий. В связи с этим считаем необходимым в первую очередь обозначить авторский подход к базовым понятиям. Соглашаясь с мнением Торгунакова А.Е. [6, с. 9], предпринимательство определяется авторами как сложный социально-экономический институт, представленный совокупностью самостоятельно хозяйствующих субъектов, направляющих свою активность на удовлетворение общественных потребностей, получение дохода, увеличение стоимости собственного капитала и получение разнообразных социально-экономических и технологических эффектов путем рационального использования ресурсов производства, минимизации рисков, восприятия материальной и социальной ответственности. Под властными структурами понимаются субъекты государственной власти, наделенные, во-первых, публичными функциями, что с экономической точки зрения означает выполнение обязанностей гаранта «правил взаимодействия» и производителя общественных благ; во-вторых, правом на принятие обязательных для других субъектов предпринимательской деятельности решений и легальными полномочиями по контролю за их исполнением [4, с. 180].

Необходимо отметить, что в существующих определениях предпринимательства отечественные и зарубежные ученые выделяют как основной аспект достижение предпринимательскими структурами в процессе реализации хозяйственной деятельности коммерческой цели как одной из главенствующих. Однако существующие мировые тенденции развития экономики, предполагают новый этап развития предпринимательства, где оно является деятельностью, на основе сотрудничества и взаимовыгодных отношений с государством, партнером по бизнесу, покупателем. Предприниматель в процессе своего эволюционного развития рано или поздно сталкивается с ситуацией, когда давление внешней среды становится невыносимым. Далее процесс самоорганизации либо приводит к закрытию предприятия, либо вынуждает переходить на новый уровень управления. Необходимость сотрудничества предпринимателей с государством, а также необходимость быть партнером по бизнесу и потребителем в процессе коммерческого и некоммерческого взаимодействия объясняется тем, что отношения становятся важнейшим ресурсом, которым владеет компания наряду с материальными, финансовыми, информационными и человеческими ресурсами. Предприниматель, таким образом, для достижения поставленной цели заинтересован в формировании и развитии долговременных взаимовыгодных отношений в процессе взаимодействия компании с государством [7, с. 61].

Большинство современных научных работ, посвященных изучению взаимодействия властных и предпринимательских структур, написаны политологами (с точки зрения власти:

«бизнес обязан»), экономистами (с точки зрения бизнеса: «власть должна»), социологами (чаще всего исследуют вопросы социальной ответственности бизнеса, его социальной эффективности в решении социальных проблем). В настоящее время разработано достаточно большое количество концепций, методик взаимодействия властных и предпринимательских структур [5, с. 5]. Вместе с тем, по мнению авторов, остается достаточно малоизученной роль предпринимательских бизнес-структур во взаимодействии с государственными органами с позиции социальной ответственности. Научный интерес к проблемам такого взаимодействия обусловлен целым рядом факторов, связанных с основными тенденциями в экономической, социальной и политической системах. Формирование специфических моделей взаимодействия предпринимательских и властных структур в Российской Федерации является одним из определяющих факторов успеха реформирования экономики что, как следствие, должно привести к увеличению темпов экономического роста. Формирование тех или иных моделей взаимодействия властных и предпринимательских во многом зависит от предыдущего опыта развития страны и сформировавшихся социальных, экономических и политических институтов.

На современном этапе развития социально ориентированного государства в России актуализируется проблема социально ответственного поведения властных и предпринимательских структур как субъектов взаимодействия. В последние 10–15 лет в научной и деловой литературе этим вопросам уделяется большое внимание, что связано, с одной стороны, с нерешенностью ряда теоретико-методологических проблем, с другой – с реальной потребностью в разработке форм, методов и механизмов партнерства. Процессы, протекающие в обществе, носящие как глобальный, так и локальный характер, постепенно и все больше изменяют социальную роль не только властных, но и предпринимательских структур. Согласно исследованиям казанских ученых Валитова Ш. М. и Мальгина В. А. процесс взаимодействия бизнеса и власти достаточно динамичен. Его характер меняется вместе с изменениями институциональной структуры общества и представляет собой конкретные формы взаимоотношений, складывающихся между обществом в лице конкретных субъектов государственной власти и субъектами бизнеса, выступающими движущей силой рыночного хозяйства. При этом институциональные преобразования складываются в прогрессивные направления развития общества, экономики только в том случае, если проводимые институциональные реформы осуществляются в органической взаимосвязи с потребностями общества. В противном случае зарождающиеся институты будут лишь обезличенным механизмом, не имеющим конкретных задач реализации своих интересов. Таким образом, возрастающие запросы со стороны общества обуславливают

необходимость повышения социальной ответственности предпринимательских структур [2, с. 12].

В настоящее время не существует общепризнанного определения корпоративной социальной ответственности. Все представленные подходы едины в одном: корпоративная социальная ответственность – это ответственность компании перед всеми людьми и организациями, с которыми она вступает во взаимодействие в процессе деятельности, и перед обществом в целом [3, с. 116]. Эта наиболее широкая трактовка рассматривает социально ответственное поведение бизнеса через призму ролевых функций и «областей ответственности». Выделение «области ответственности» позволяет задать рамочные значения и характерные признаки социально ответственной компании, которые, по сути, являются ее обязательствами. При этом условно эти обязательства можно разделить по формальному признаку на формальные (должен) и неформальные (что не должен, но делает) [1, с. 137].

Рамки формальных обязательств социально ответственного бизнеса определены законом, нормативными актами и другими регламентирующими документами. Авторы статьи согласны с точкой зрения, что социально ответственное поведение должно строиться на принципах абсолютной добровольности принятия и реализации социальных обязательств, выходить за рамки заданного законодательством минимума. Именно поэтому неформальные обязательства не имеют под собой законодательно оформленной базы.

По отношению к каждому из объектов (в большинстве случаев) можно выделить определенный набор формальных и неформальных обязательств. Рассмотрим три объекта: государство, трудовой коллектив (поскольку большинство формальных обязательств бизнеса лежит именно перед этими объектами) и общество в целом (либо местное сообщество – формулировка зависит от масштабов деятельности компании) как основные объекты неформальных обязательств бизнеса. В таблице 1 приведены области ответственности предпринимательских структур, субъектные характеристики, присущие каждой области с соответствующим делением характерных признаков на формальные (обязательные по закону и иным правовым актам) и неформальные (добровольно принятые на себя обязательства).

Представленные в таблице 1 формальные и неформальные обязательства бизнеса в рамках социально ответственного поведения наглядно демонстрируют уровень ответственности предпринимательских структур как субъекта социально-экономических отношений. Отметим, что ответственность за экологические последствия своей деятельности в равной степени можно отнести к любому из субъектов. Ложное представление о социальной ответственности, по мнению авторов, складывается тогда, когда под ней понимают выполнение бизнесом формальных обязательств, и только. Почему в обществе, в

предпринимательской среде сложилось устойчивое представление именно о формальной социальной ответственности? Основная причина, на наш взгляд, кроется в сложившихся стереотипах ведения бизнеса. Теневая экономика, несовершенство законодательства, коррупция и прочие проблемы современной экономической системы, прочно вошедшие в реалии бизнеса с момента его зарождения, создают впечатление, что «выход из тени» на принципиально иной уровень для ведения бизнеса легально — это уже и есть социальная ответственность. Вместе с тем, по мнению авторов, на данном этапе развития нормативной базы в России истинное понятие социальной ответственности предпринимательских структур возникает при взятии на себя неформальных обязательств при обязательном выполнении формальных норм. Именно поэтому особую актуальность приобретают вопросы решения довольно сложной, системной задачи эффективного взаимодействия властных и предпринимательских структур, институциональное регулирование этого взаимодействия в текущей социально-экономической обстановке имеет весьма важное теоретическое и прикладное значение как для устойчивого развития предпринимательских структур, так и для стабильной макроэкономической динамики российской хозяйственной системы. В рамках решения обозначенной проблемы авторы планируют продолжить исследование, целью которого является формирование целостной концепции повышения эффективности взаимодействия властных и предпринимательских структур в области реализации политики социальной ответственности.

Таблица 1

Субъектные характеристики социально ответственной предпринимательской структуры (компании)

№ п/п	Область ответственности	Субъектные характеристики	Характерные признаки	
			Формальные (обязательные)	Неформальные (добровольные)
1	Ответственность компании в отношениях с государством	Юридическое лицо и субъект корпоративных отношений	<ul style="list-style-type: none"> – соблюдает требования законодательства; – выплачивает налоги согласно действующему законодательству в полном объеме и без использования схем оптимизации налогообложения; – защищает интересы собственников (акционеров); – эффективно ведет бизнес, ориентированный на создание добавленной экономической стоимости 	<ul style="list-style-type: none"> – соблюдает морально-этические нормы общественной жизни, нормы деловой этики; – придерживается принципов прозрачности ведения хозяйственной деятельности
2	Ответственность в отношении потребителей	Производитель продукции, работ, услуг	<ul style="list-style-type: none"> – выпускает качественную и безопасную продукцию; – обеспечивает доступ к достоверной информации о качестве производимой продукции 	<ul style="list-style-type: none"> – учитывает требования потребителей; – непрерывно повышает уровень качества своей продукции
3	Ответственная политика в отношении работников	Работодатель	<ul style="list-style-type: none"> – создает привлекательные рабочие места; – своевременно и в полном объеме выплачивает заработную плату не ниже установленного минимума; – предоставляет все предусмотренные законодательством социальные гарантии – соблюдает законодательство в области охраны и безопасности труда – своевременно и в полном объеме производит отчисления страховых платежей по программам пенсионного, медицинского и социального страхования; – не использует «серых» схем по выплате заработной платы; – не допускает дискриминацию работников; – не использует подневольный труд. 	<ul style="list-style-type: none"> – своевременно и в полном объеме выплачивает достойную и конкурентоспособную заработную плату; – выделяет средства на обучение персонала сверх требуемых норм; – обеспечивает работников предприятия дополнительными социальными гарантиями свыше законодательных норм (осуществление социальной поддержки наемных работников: льготные кредиты и ссуды, семейные пособия и т. д.); – предусматривает социальные программы для членов семей, пенсионеров и уволенных работников; – развивает программы корпоративного профессионального пенсионного страхования; – участвует в финансировании добровольных видов страхования работающих
4	Экологическая ответственность	Субъект недропользования	<ul style="list-style-type: none"> – рационально использует факторы производства, придерживается принципов экологической безопасности и защиты окружающей среды; – предотвращает возможные негативные последствия своей деятельности на 	<ul style="list-style-type: none"> – предотвращает возможные негативные последствия своей деятельности на экологическую обстановку территории присутствия сверх действующего законодательства

			экологическую обстановку территории присутствия в рамках действующего законодательства	
5	Ответственность компании перед обществом в целом	Территориальный партнер	<ul style="list-style-type: none"> – содействует социально-экономическому развитию территории присутствия посредством выполнения всех формальных функций 	<ul style="list-style-type: none"> – признает социальную ответственность за улучшение качества жизни населения; – вносит инновационный вклад в социально-экономическое развитие территории; – содействует в становлении гражданского общества; – осуществляет благотворительную деятельность (от разовых акций до целевых программ) на территории присутствия; – участвует в партнерских программах и проектах развития местного сообщества
6	Ответственность компании во взаимоотношениях с партнерами	Субъект рыночных отношений (заемщик капитала, бизнес-партнер, инвестор)	<ul style="list-style-type: none"> – не участвует в недобросовестной конкуренции и выпускает качественную безопасную продукцию; – вовремя платит по долгам 	<ul style="list-style-type: none"> – устанавливает надежные взаимоотношения с деловыми партнерами



- предложено авторами

Список литературы

1. Балдина Ю.А. Управление предприятием на основе концепции социальной ответственности бизнеса // Экономика и бизнес. Взгляд молодых: сборник материалов Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов, 17 ноября 2009 г. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2009 – с. 137.
2. Валитов Ш.М. Взаимодействие власти и бизнеса: сущность, новые формы и тенденции, социальная ответственность / Ш.М. Валитов, В.А. Мальгин; Федеральное агентство по образованию, Казанский гос. Финансово-экон. Ин-т. – М.: ЗАО «Издательство “Экономика”», 2009. – 207 с.
3. Голышев И.Д. Учет показателей корпоративной социальной ответственности в управлении маркетинговой деятельностью / Голышев И.Д., Глушков А.И.// Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2013. Т. 7. № 3. С. 116–121.
4. Малкин Я.М. Теоретические аспекты взаимодействия государственных и предпринимательских структур / Я.М. Малкин // Экономическое возрождение России – СПб., 2011/ – № 4 (30). С. 180–184
5. Окольнішнікова І.Ю. Внедрение механизмов государственно-частного партнерства как фактор развития регионального бизнеса и экономик регионов / Окольнішнікова І.Ю., Куватов В.Г. // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 209. № 21 (154). С. 4–10
6. Торгунаков Е.А, Управление конкурентоспособностью предпринимательских структур в условиях трансформации рыночной среды: Автореф. Дис. докт.экон.наук. – Санкт-Петербург, 2011. – С. 9
7. Хаирова С.М., Метелев И.С., Хаиров Б.Г. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие – Омск.: ООО «Омскбланкиздат», 2012 г. – 254 с.
8. Якимец В.Н. Социальные инвестиции российского бизнеса: механизмы, примеры, проблемы, перспективы / В.Н. Якимец. — М.: Комкнига, 2005

Рецензенты:

Савельева И.П., д.э.н., доцент, зав. кафедрой «Маркетинг и менеджмент» ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет), г. Челябинск;

Токманев С.В., д.э.н., доцент, профессор кафедры экономики труда, финансов и управления персоналом Уральского социально-экономического института (филиала) Образовательного учреждения профсоюзов высшего профессионального образования «Академия труда и социальных отношений», г. Челябинск.