

УДК 338.24

М. В. Бикеева

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет,
Саранск, e-mail: mbikeeva@yandex.ru

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПАРТНЁРСТВО ВЛАСТИ И БИЗНЕС-СТРУКТУР КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Ключевые слова: механизм взаимодействия власти и бизнеса, стратегическое партнёрство, корпоративная социальная ответственность, системный подход.

Актуальность исследования обусловлена недостаточной проработанностью теоретических аспектов в области взаимодействия органов власти различных уровней и бизнес-структур, обеспечивающих сбалансированное экономическое, социальное и экологическое развитие общества. В связи с этим, данная статья направлена на постановку и обоснование научной идеи о взаимовыгодном партнёрстве заинтересованных групп с учетом качественно новых закономерностей исследуемого явления.

Цель статьи заключается в разработке механизма взаимодействия власти и бизнеса на основе стратегического партнёрства, обеспечивающего развитие и укрепление долгосрочных отношений с заинтересованными сторонами, ориентацию на корпоративную социальную ответственность и на проблемы общества.

Ведущим подходом к исследованию данной проблемы является системный подход, ориентированный на формирование и поддержание долгосрочных взаимоотношений органов власти и бизнеса. Результатом предложенных преобразований является современный механизм социальных отношений между властью и бизнесом, призванный эффективно решать вопросы национального (в том числе и регионального) социально-экономического роста. Материалы статьи представляют практическую ценность для разработки стратегии регионального управления, ориентированной на долгосрочное устойчивое развитие, обеспечивающее сбалансированное экономическое, социальное и экологическое развитие общества.

М. V. Bikeeva

National Research Mordovia State University, Department of Statistics, Econometrics
and Information Technologies in Management, Saransk, e-mail: mbikeeva@yandex.ru

THE STRATEGIC PARTNERSHIP OF POWER AND BUSINESS STRUCTURES AS A FACTOR OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION

Keywords: mechanism of interaction between government and business, strategic partnership, corporate social responsibility, system approach.

The relevance of the study is due to the lack of elaboration of theoretical aspects in the field of interaction of authorities at various levels and business structures that ensure a balanced economic, social and environmental development of society. In this regard, this article is aimed at the formulation and substantiation of the scientific idea of mutually beneficial partnership of interested groups, taking into account qualitatively new laws of the phenomenon under study.

The purpose of the article is to develop a mechanism of interaction between government and business on the basis of strategic partnership, ensuring the development and strengthening of long-term relations with stakeholders, focus on corporate social responsibility and the problems of society.

The leading approach to the study of this problem is a systematic approach focused on the formation and maintenance of long-term relationships between government and business. The result of the proposed reforms is a modern mechanism of social relations between government and business, designed to effectively address the issues of national (including regional) socio-economic growth. The materials of the article are of practical value for the development of regional management strategy focused on long-term sustainable development, ensuring a balanced economic, social and environmental development of society.

Введение

По итогам общероссийского социологического опроса выявлен перечень ключевых задач, требующих неотложного решения в ближайшей перспективе. Среди них рост благосостояния населения, доступность и качество услуг в области здравоохранения, обра-

зования, решения жилищной проблемы и много другое. Бесспорным являются попытки правительства в реализации указанных задач, входящих в число целевых установок и национальных проектов, и важнейших стратегических документов. Однако недостаточность бюджетных ресурсов не позволяет говорить

о полноценном решении проблем социально-экономического развития и приходится констатировать неэффективное выполнение правительством своих обязательств по обеспечению национальных интересов.

В этой связи стратегическое партнёрство власти и бизнеса становится особенно актуальным в улучшении социально-экономической ситуации современной России. Все больше осознается необходимость конструктивного диалога между государством, бизнесом и обществом и отбора наиболее приемлемых форм и методов этого взаимодействия, конкретных технологий их реализации.

Целью исследования является анализ существующих подходов и перспектив развития современного взаимодействия власти и бизнес-структур. Гипотеза исследования состоит в оценке значимости стратегического партнёрства между властью и бизнес-структурами с целью обеспечения сбалансированного экономического, социального и экологического развития общества.

Статья подготовлена на основе анализа работ как зарубежных, так и отечественных авторов, представляющих широкую панораму различных подходов к исследуемой проблеме. Необходимость конструктивного диалога между бизнесом, государством и обществом рассматривается в работах Ш.М. Валитова [4], М. Делягина [7], И. Зиралова [10], Д.С. Львова [17], Ф. Котлера [13], Ж.-Ж. Ламбена [16], А. Майера [18], М. Мескона [21], С.А. Плиско [22], Е.Д. Разгулиной [23], А. Ярового [33] и др. Изучению вопросов участия бизнеса в развитии местного сообщества посвящены многие труды российских и зарубежных авторов. Предметом их исследований стали мотивы и направления благотворительной деятельности бизнеса (Беляева И.Ю., Эскиндаров М.А. [12], Зеленова Е.А. [9], Тульчинский Г.Л. [28]), корпоративная социальная ответственность (К. Девис [36], П. Друкер [37], А. Керолл [38], М. Крамер [41], Т. Левитт [40], Дж. Пост, Л. Престон [42], М. Портер [41], М. Фридман [39], Благоев Ю.Е. [2], Гайнутдинов Р.И. [5], Галиев Г.Т. [6], Кричевский Н.А. [14], Кузеванова А.Л. [15], Литовченко С.Е. [24], Мальгин В.А. [19], Маркова Е.В. [20],

Фридман М., Боуэн Г., Вуд Д., Девис К., Оуэн Р., Уолтон К.), влияние компаний на региональное развитие (Братющенко С.В. [3], Ускова Г.В. [31], Туркин С. [29]).

Среди практических исследований в области корпоративной социальной ответственности российского бизнеса использованы «Доклад о социальных инвестициях в России – 2004», «Доклад о социальных инвестициях в России – 2008», «Доклад о социальных инвестициях в России – 2012», «Доклад о социальных инвестициях в России – 2014» [8] и др. В них отмечается важность использования механизма социального партнёрства власти и бизнес-структур в рамках осуществления более эффективной региональной социальной политики.

Тем не менее, при всём научном значении вклада вышеперечисленных ученых, исследованность данной проблематики нельзя считать исчерпывающей. Теоретические и методические основы эффективного взаимодействия органов власти различных уровней и бизнес-структур в России находятся в процессе формирования.

Актуальность рассматриваемой проблемы, недостаточный уровень ее теоретической, методологической и практической разработанности определили выбор темы настоящего исследования.

Материалы и методы исследования

В современных условиях социально-экономическая политика государства обязана выстраивать сферу социальных отношений на основе создания структурных условий для перевода национальной экономики в русло инновационного развития. Человеческий капитал является одним из главных элементов современной системы социальных отношений наряду с другими её составляющими: партнерское государство; социально ответственный бизнес; инновационная экономика.

Во взаимоотношениях с участниками социальных отношений роль государства является доминирующей, заключающаяся в создании условий для развития экономики в целом и частного предпринимательства, а также в определении параметров влияния бизнес-структур на социально-экономическую ситуацию в регионе.

Важнейшим субъектом в системе социального партнёрства выступает бизнес, так как реально человеческая жизнедеятельность защищается и обеспечивается экономически. Уровень и качество жизни населения напрямую определяются уровнем и качеством национальной экономики. Поэтому система социальных отношений вмещает в себя всю совокупность интересов государства, бизнеса и общества.

Нельзя не отметить, что цели у органов власти и бизнеса совершенно различны. Если у первых – это социально-экономическое развитие территорий, то у бизнес-структур – увеличение прибыли и накопление капитала. Баланс экономической целесообразности и социальной справедливости заключается в удовлетворении интересов всех сторон (рис. 1). Однако доминирование интересов одного из секторов приводит к возникновению неэффективного типа общественного устройства. Достижение указанного баланса возможно только при условии партнёрства в достижении конечного результата, ориентированного на человека, создание качественных условий жизни и его всестороннего развития.

Каждый участник социальных отношений, имеющий разумные и тесно переплетающиеся интересы, обязан вносить свой вклад в развитие социальной ответственности. При этом поиск моделей эффективного взаимодействия между властью и бизнес-структурами является достаточно сложным вопросом. Формы и методы дальнейшей оптимизации их взаимодействия также могут быть разными.

Мировой опыт свидетельствует о том, что наиболее эффективным механизмом взаимодействия власти и бизнеса является стратегическое партнёрство [26; 27]. Движущей силой такого взаимодействия являются интересы субъектов партнёрства, а целью взаимодействия – реализация этих интересов в долгосрочной перспективе. Партнёрство также направлено на усиление синергетического эффекта от объединения усилий в достижении общих целей. Такое партнёрство является современным механизмом социальных отношений, призванным эффективно решать вопросы национального социально-экономического роста. Сегодня этот вектор формирует на мировом рынке основной спрос, гарантируя инновационной национальной экономике конкурентоспособность и высокие стандарты защиты и обеспечения человеческой жизнедеятельности в стране.

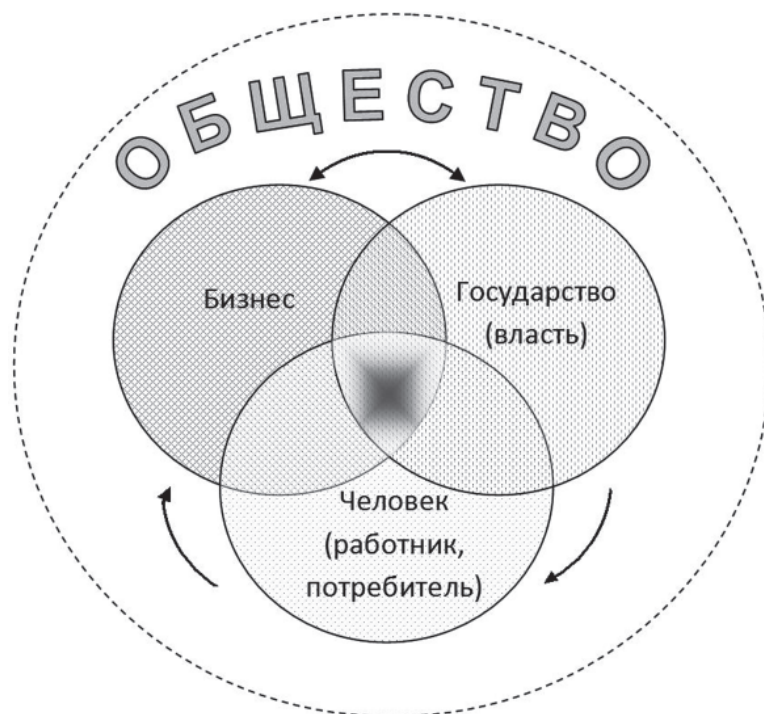


Рис. 1. Основные направления взаимодействия участников социальных отношений

Среди многообразия существующих подходов к определению понятия «стратегическое партнёрство» в исследовании более целесообразным является следующая трактовка как союза между сторонами, представляющими правительство, бизнес-структуры, гражданское общество, в котором стратегически объединяются ресурсы и способности каждой из сторон с целью ответа на ключевые вызовы времени. Это инструмент способствует устойчивому развитию и является важнейшим организационным ресурсом, базирующимся на разделении рисков и ответственности. Его реализация позволит достигнуть общих стратегических целей, удовлетворить потребности заинтересованных сторон и повысить конкурентоспособность [25].

Использование механизмов партнёрства нашло свое закрепление и в России. В Концепции социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года государственно-частное партнерство и корпоративная социальная ответственность рассматриваются в качестве перспективных инструментов развития территорий [11].

В настоящее время не существует единого общемирового определения социальной ответственности бизнеса. До сих пор этот вопрос остается весьма дискуссионным. Часто корпоративные социальные программы воспринимаются как обязательное, а не добровольное участие компаний в развитии территорий. В то время как ожидания органов власти растут, представители бизнес-структур указывают на невозможность замещения государственных функций и компенсации низкого качества государственного и муниципального управления.

Исследования Ассоциации менеджеров, проведенные в рамках международного исследовательского проекта «Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания», в ходе которых было опрошено свыше 1500 респондентов, среди которых представители крупного и среднего бизнеса, эксперты, представители СМИ из субъектов России и стран Центральной и Восточной Европы, показали:

– 78 % респондентов считают обслуживание льготных и социально уяз-

вимых категорий населения основной функцией государства;

– 52,9% опрошенных приветствуют модель совместного определения приоритетов социальной политики между властью и бизнес-структурами;

– 17,6% респондентов уверены, что бизнес должен брать на себя основную часть функций в осуществлении всего спектра социальных программ» [1].

Таким образом, несмотря на противоречивый характер рассматриваемой проблематики, подавляющее большинство представителей деловых кругов считают, что и государство и бизнес – как наиболее мощные институты страны – в одинаковой степени несут ответственность за свои действия перед обществом.

Говоря о взаимозависимости бизнеса и общества, надо иметь в виду то, что бизнес в своих решениях и общество в своей социальной политике должны руководствоваться общими ценностями. И решения должны устраивать обе стороны. Сторона, которая пытается выиграть за счет другой, находится на опасном пути. Нельзя заикливаться на том, в чем расходятся интересы бизнесменов и гражданских организаций, а уделять больше внимания тому, в чем они пересекаются. Социальная значимость корпоративной практики управления проявляется в исключительных возможностях предприятий достигать баланса взаимоотношений основных социальных групп и социальных институтов, работающих в условиях рынка, и способствовать их конструктивному взаимодействию.

Интересен подход участия государства и бизнеса в развитии общества, предложенный Ассоциацией менеджеров России в программе «Бизнес и государство» и ставящей своей целью развитие широкого взаимовыгодного стратегического партнёрства между бизнесом и государством (рис. 2) [1].

Как видно из вышеприведенной матрицы, чтобы приблизиться к западному уровню социальной ответственности (правый верхний квадрант), российский бизнес и российское общество должны пройти большой путь, и результат будет зависеть от того, какой путь будет выбран. Социально ответственный бизнес возможен только в социально ответственном государстве.

Участие государства в развитии общества	<i>max</i>	Безответственность бизнеса	Сбалансированное участие каждой из сторон
	<i>min</i>	«Дикий рынок»	Безответственность государства
	<i>min</i>	<i>max</i> Участие бизнеса в развитии общества	

Рис. 2. Матрица содержания взаимоотношений государства и бизнеса в развитии общества

Формирование социально ответственного поведения в предпринимательской среде возможно только при наличии целенаправленной поддержки со стороны власти и её активном участии в решении разнообразных социальных проблем. Таким образом, социальная ответственность бизнеса становится стартовой площадкой для плодотворного сотрудничества и взаимодействия бизнес-структур и власти. Однако это весьма длительный процесс, протекающий зачастую противоречиво даже в экономически развитых странах.

Среди причин слабого использования данного инструмента в региональном управлении можно назвать следующие:

- малоизученность накопленного мирового опыта в области направлений и форм взаимодействия органов власти и бизнес-структур;
- низкий уровень доверия между субъектами взаимодействия;
- стремление отдельных бизнес-структур к налаживанию индивидуального взаимодействия с органами власти, что автоматически ведёт к отказу от консолидации интересов с бизнес-сообществом в целом;
- отсутствие чётко сформулированной и представленной стратегии партнёрства между властью и бизнес-структурами;
- несовершенство законодательной базы, регулирующей партнёрскую деятельность власти и бизнеса (тендерное законодательство, концессионное законодательство), а также полное отсутствие законодательного регулирования лоббизма, что способствует развитию теневых структур;
- наличие механизмов перераспределения ресурсов, сохранившиеся

из советской экономики, усложняющих процесс выстраивания прозрачных и органичных отношений между властью и бизнесом [23].

Для упорядочения и продвижения идеи повышения роли бизнеса в территориальном развитии следует в первую очередь совершенствовать экономическую политику в части организационно-институциональных инструментов, раскрывающих основные направления формирования ответственности предприятий и призванных активизировать их участие в социально-экономическом развитии территорий.

Системный подход лежит в основе взаимодействия бизнеса с заинтересованными группами. При этом под системой понимается множество взаимодействующих элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, составляющих целостное образование. Из определения следует, что система характеризуется следующими существенными признаками:

- наличием множества элементов;
- наличием связей между ними;
- целостным характером данного образования.

Таким образом, современный бизнес встроен в систему отношений, на которые должен реагировать в повседневной своей деятельности. Подобное поведение предусматривает системный подход, рассматривающий бизнес через призму взаимоотношений с разными заинтересованными группами и на учете их интересов.

Результаты исследования и их обсуждение

Негативные социально-экономические тенденции, свидетельствующие

о неэффективном государственном управлении актуализируют задачу поиска путей и новых источников роста региональной экономики, обеспечения высокого качества жизни населения и подтверждают вывод о необходимости привлечения частных ресурсов в общественно значимые региональные проекты.

В этой ситуации одним из важнейших условий решения поставленных задач является консолидация ограниченных ресурсов на основе развития активного взаимодействия власти и бизнес-структур. Сложившаяся мировая практика свидетельствует о наличии эффективной модели взаимодействия власти и бизнес-структур – стратегического партнёрства. Оно позволяет наиболее полно использовать конкурентные преимущества сторон (государственный и частный секторы), повышать их заинтересованность в достижении результатов совместной деятельности, привлекать внебюджетные средства и инновационные технологии в сферу компетенций государства.

Стратегическое партнёрство характеризуется наличием баланса интересов органов власти и бизнес-структур, регламентацией прав, обязанностей, перекрёстным разделением рисков и солидарной социальной ответственностью. Сама

природа стратегического партнёрства предполагает тесное взаимодействие его участников для достижения поставленных целей и выполнения всех принятых на себя обязательств. Только в этом случае появляется возможность использования синергетического эффекта, достигаемого в результате такого сотрудничества за счёт того, что каждая из сторон обладает определенными ресурсами, доступ к которым может быть полезным для партнёра.

Заключение

Таким образом, в рыночных условиях хозяйствования, характеризующихся наличием острых социально-экономических проблем и недостатком бюджетных средств, управление региональным развитием предполагает стратегическое партнёрство органов власти и бизнес-структур, основанное на принципах социальной ответственности. Данный инструмент реализации совместных общественно значимых программ позволит повысить роль бизнеса в территориальном развитии, снизить издержки при реализации инфраструктурных проектов, обеспечить доступность социально-экономической инфраструктуры, капитала, рабочей силы, повысить эффективность бюджетного сектора и качества жизни населения.

Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) и Правительства Республики Мордовия, проект № 18-410-130005 «Механизм взаимодействия власти и бизнеса в процессе регионального развития».

Библиографический список

1. «Бизнес и государство» – Тематическая программа. 2003. Ассоциация менеджеров [Электронный ресурс]. URL: <http://www.amr.ru>
2. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции; Высшая школа менеджмента СПбГУ. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. 272 с.
3. Братющенко С.В. Корпоративная социальная ответственность бизнеса как институт государственно-частного партнерства и эффективной региональной и социальной политики / С.В. Братющенко, В.Е. Селиверстов // Регион: экономика и социология. 2007. №4. С. 189–206.
4. 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.
5. Гайнутдинов Р.И. Социальная ответственность российского бизнеса // Правоведение. 2006. №4. С. 231–236.
6. Галиев Г.Т. Социальная ответственность бизнеса: зарубежные модели и российские реалии // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://elibrary.ru/download/78437631.pdf>.
7. Делягин М. Власть, бизнес и население – три составляющих современного общества // Проблемы теории и практики управления. 2005. №3;4. С. 38–44; 32–37.
8. Доклад о социальных инвестициях в России – 2014: к созданию ценности для бизнеса и общества / Ю.Е. Благов (и др.); под общ. ред. Ю.Е. Благова, И.С. Соболева. СПб.: Авторская творческая мастерская (АТМ Книга), 2014. 144 с.
9. Зеленова Е.А. Современный институт благотворительности (благотворительных услуг) // Маркетинг. 2009. №6. С. 98–114.

10. Зиралов И. Социальные перспективы поиска баланса интересов власти, бизнеса и общества // *Власть*. 2008. №3. С. 46–49.
11. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года: утв. Распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р [Электронный ресурс]. М., 2008. URL: <http://www.gosnation.ru/index.php?D=458>.
12. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / под общ. ред. д.э.н., проф. И.Ю. Беляевой, д.э.н., проф. М.А. Эскиндарова. М.: КНОРУС, 2008. 504 с.
13. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент: анализ, планирование, внедрение, контроль / Котлер Филипп; пер. с англ. М. Бугаева и др.; Под ред. О.А. Третьяк и др. 2-е рус. изд-е. СПб.: Питер, 1999. 896 с.
14. Кричевский Н.А. Корпоративная социальная ответственность / Н.А. Кричевский, С.Ф. Гончаров. 2-е изд. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. 216 с.
15. Кузеванова А.Л. Социальная ответственность российского бизнеса: проблемы и противоречия // *Власть*. 2007. №12. С. 19–23.
16. Ламбен Жан-Жак Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. СПб.: Питер, 2006. 800 с.
17. Львов Д.С. Экономика развития. М.: «Экзамен», 2002. 512 с.
18. Майер А. Взаимодействие власти и бизнеса: экономическое и социальное партнерство // *Проблемы теории и практики управления*. 2009. №9. С. 17–21.
19. Мальгин В.А. Социальная ответственность бизнеса: сущность, тенденции, проблемы // [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://elibrary.ru/item.asp?id=12029397>.
20. Маркова Е.В. К вопросу о социальной ответственности бизнеса // *Власть*. 2007. №6. С. 55–62.
21. Мескон М. Основы менеджмента: учебник: пер. с англ. / Мескон Майкл, Альберт Майкл, Хедоури Франклин. М.: Дело, 2005. 720 с.
22. Плиско С.А. Взаимодействие власти и бизнеса в электроэнергетике России: монография; Моск. гос. ин-т межд. отношений (ун-т) МИД России, каф. Политической теории. М.: МГИМО-Университет, 2015. 199 с.
23. Разгулина Е.Д. О взаимодействии органов власти и бизнес-структур в управлении региональным развитием // *Известия вузов. Серия «Экономика, финансы и управление производством»*. 2015. №02 (24). С. 47–56.
24. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка / под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. М.: Ассоциация менеджеров, 2003. 208 с.
25. Стратегическое партнёрство национального исследовательского университета: реалии и перспективы: монография / С.М. Вдовин, Т.А. Салимова, Н.Д. Гуськова [и др.]. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2014. 200 с.
26. Стратегическое управление: регион, город, предприятие / Д.С. Львов и др.; под ред. Д.С. Львова, А.Г. Гранберга, А.П. Егоршина; ООН РАН, НИМБ. 2-е изд., доп. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2005. 603 с.
27. Стратегическое управление социально-экономическим развитием территории / под ред. Е.Г. Коваленко. Саранск: Тип. «Крас. Окт.», 2006. 240 с.
28. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность (Социальные инвестиции, партнерство и коммуникации). СПб.: «Справочники Петербурга», 2006. 104 с.
29. Туркин С. Как выгодно быть добрым: Сделайте свой бизнес социально ответственным. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 381 с.
30. Управление социально-экономическим развитием России: концепции, цели, механизмы / Рук. авт. кол.: Д.С. Львов, А.Г. Поршневу; гос. ун-т упр., Отд-ние экономики РАН. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2002. 702 с.
31. Ускова Т.В., Кожевников С.А. Управление экономикой региона на основе партнёрского взаимодействия органов власти и бизнес-структур // *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. 2014. №6 (36). С. 34–46.
32. Чирикова А. Бизнес как субъект социальной политики в современной России // *Общество и экономика*. 2006. №9. С. 100–119.
33. Яровой А. Возможности власти в развитии социальной ответственности Российского бизнеса [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://elibrary.ru/download/20646798.pdf>.
34. Davis K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*. №16 (2). P. 312–322.
35. Drucker P.F. (1984). The new meaning of corporate social responsibility. *California Management Review*. №26 (2). P. 53–63.
36. Carroll A.V. (1999). Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business and Society*38 (3). P. 268–295.
37. Friedman M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*. September. №13. P. 32–33.
38. Levitt Th. (1958). The dangers of social responsibility. *Harvard Business Review*. №36 (5). P. 41–50.
39. Porter M., & Kramer M. (2006). Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*. №84 (12). P. 78–92.
40. Post J., Preston L., & Sachs S. (2002). Redefining the corporation: stakeholder management and organizational wealth. Stanford University Press: Palo Alto (CA).