

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЛАСТНЫХ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

А.В. Карпушкина

Изложено авторское представление формализованного институционального регулирования взаимодействия властных и предпринимательских структур, объектом которого выступает социально ответственное поведение бизнеса.

Ключевые слова: институты, институциональное регулирование, социально ответственное поведение бизнеса.

В современной экономической науке уже не вызывает споров утверждение, что любой вид экономической деятельности институционализирован, т. е. осуществляется в рамках совокупности правил и ограничений. Институциональная теория, несмотря на свой относительно молодой «возраст», уже внесла существенный вклад в развитие экономических знаний и имеет принципиальные методологические отличия от господствующих в теории экономики неоклассических традиций «мейнстрима», что позволило ей обрести статус самостоятельного направления экономической мысли. В отечественной экономической науке идеи и концепции современного неинституционального анализа получили широкое признание. Отечественные исследователи успешно применяют его при анализе многих проблем, с которыми сталкивалась и продолжает сталкиваться российская экономика. Здесь достаточно назвать работы, имеющие как методологическую направленность, так и раскрывающие прикладные аспекты в наиболее значимых функциональных сферах, а именно труды А.А. Аузана, А.А. Блохина, В.А. Волконского, В.П. Гутника, И.В. Даниловой, М.А. Дерябиной, А.А. Дынкина, Р.И. Капелюшниковой, Ю.Б. Кочеврина, Я. И. Кузьминова, В.И. Маевского, В.А. Мау, В.А. Найшуля, А.Д. Некипелова, А.Н. Нестеренко, Р.М. Нуреева, А.Н. Олейника, Я.Ш. Паппэ, В.М. Полтеровича, В.В. Попова, О.С. Сухарева, В.Л. Тамбовцева, А.Е. Шаститко, А.А. Яковлева. Как правило, российские исследователи используют инструментарий институциональной теории при анализе процессов трансформации экономики России: прав собственности, формирования рыночных институтов, отраслевых и экономико-правовых проблем.

Базовой категорией институциональной теории является понятие «института», дефиниции которого весьма различны. Подход к институтам как правилам (наиболее распространённый среди представителей неинституционализма) основывается на идеях В. Хоффелда и на поздних идеях Дж. Коммонса. Именно такого рода определение институтам дано Д. Нортон: «Институты включают в себя как формальные правила и нефор-

мальные ограничения (общепризнанные нормы поведения, достигнутые соглашения, внутренние ограничения деятельности), так и определённые характеристики принуждения к выполнению тех и других» [1]. В трудах отечественных экономистов господствует подход к институтам как правилам, регулирующим взаимодействие экономических субъектов [2, 3, 4]. В целом, определения институтов российскими авторами можно свести к конкретизации неформальных и формальных практик взаимоотношений субъектов: отсюда деление институтов на неформальные (привычки, психологические установки, обычаи, традиции, неформальные контракты) и формальные (фиксированные правовые нормы взаимоотношений субъектов (законы, положения, процедуры, формальные контракты и т. д.), формы организации экономической деятельности – рынки, фирмы, государственные организации) институты. Автор данной статьи считает, что разработка, корректировка, дополнение, введение институтов, обеспечивающих своевременность, комплексность и непротиворечивость согласования и реализации интересов при взаимодействии экономических субъектов в целях обеспечения устойчивости и развития экономики и представляет собой в общем виде институциональное регулирование. В связи с этим институты понимаются автором как инструменты регулирования отношений экономических субъектов, их предметных областей, сфер и уровней реализации. Отсюда базовым является трактовка института как явления, характеризующегося комплексом атрибутивных признаков, которые включают:

а) правила – общепризнанные и защищенные предписаниями запреты или разрешения на определенные виды действий индивида/ группы людей;

б) процедуры – порядок и последовательность действий, направленных на решение конкретной задачи;

в) санкции – меры принудительного репрессивного, компенсационного, предупредительного воздействия за нарушение порядка;

Предпринимательская деятельность

г) организационные единицы – субъекты, создающие правила, осуществляющие процедуры, контроль и санкции;

д) институциональные нормы – виды документов/нормативных актов, закрепляющие правила, процедуры, санкции и организационные единицы.

Взаимодействие властных и предпринимательских структур также институционально оформлено, т. е. предполагает создание институтов как устойчивых правил, процедур, норм, организационных единиц, регламентирующих отношения бизнеса и власти в различных сферах экономической деятельности. Не вызывает сомнений наличие формальных институтов, регулирующих отношения бизнеса и властных структур в различных сферах экономической деятельности, в первую очередь, в таких общественно значимых отраслях экономики, как электроэнергетика, транспорт, здравоохранение, образование. Однако в данной статье наше внимание будет сконцентрировано на так называемых формализованных институтах, которые, регулируя отношения экономических субъектов на основе разработанных правил и процедур, закреплённых в институциональных нормах, не предполагают санкции за их нарушения.

Наиболее очевидным примером объекта такого институционального регулирования, на наш взгляд, является социально ответственное поведение бизнеса. В целом о неформальном характере собственно социально ответственного поведения бизнеса свидетельствует как достаточно длительная история развития, которое носило своего рода спонтанный характер, так и отсутствие его фиксации как определённой нормы со стороны государства, предполагающей детализацию содержания нормы, обозначение её гарантов, перечня санкций в случае отклонения субъектов от заданного поведения и т. д., т. е. всего того, что сопровождает существование формальных институтов.

В многочисленных дефинициях социально ответственного поведения бизнеса подчёркивается, во-первых, добровольность подобной деятельности, во-вторых, её нацеленность на достижение экономического и социального эффектов. Так, согласно определению Ассоциации Менеджеров, которая одной из первых попыталась представить систематизированную эмпирическую картину социальной ответственности российского бизнеса, корпоративная социальная ответственность – это добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определённого законом минимума [5]. В последнее время появляются работы, пытающиеся обосновать концептуальные основы «социаль-

ной ответственности бизнеса как системы, закономерно обеспечивающей повышение эффективности общественного воспроизводства и конкурентоспособности национальной экономики на принципиально иной, инновационной основе, базовым механизмом реализации которой являются инвестиции в человеческое развитие» [6, 7].

Существуют и разные точки зрения на формы реализации социальной ответственности бизнеса. Чаще всего в качестве таковых называются благотворительность, спонсорство и социальное инвестирование. Хотя переход к постиндустриальной экономике влечёт за собой и расширение форм реализации социальной ответственности бизнеса, которые в последнее десятилетие пополнились так называемой венчурной филантропией и социальным предпринимательством [8, 9].

Значительным является число работ, в той или иной степени затрагивающих вопросы методических приёмов оценки социальной ответственности бизнеса. Необходимо отметить, что направленность российских исследований в этой области во многом основывается на существующей «западной» практике, предлагающей в качестве методов оценки социальных программ бизнеса метод тройного итога, метод сбалансированной карты оценки, метод Лондонской группы сравнительного анализа, метод расчета корпоративной благотворительности и т. д. Значимость КСО, как влияющей на стратегию и деятельность деловых кругов во всем мире, безусловно признана ООН. В этой связи ЮНИДО (один из органов ООН, организация по промышленному развитию, оказывающая содействие в индустриализации развивающихся стран) разработала методологию, которая называется «Программа оценки социальной ответственности предпринимателей (REAP)». Причем в большинстве случаев речь ведётся именно об оценке уровня социальных инвестиций как показателя социально ответственного поведения бизнеса. Это и понятно, поскольку оценка эффективности КСО представляет собой существенную проблему, так как напрямую связана не только с экономическим, но и социальным эффектом. Отсюда и многочисленные теоретические споры по поводу того, должны ли компании тратить на что-либо помимо непосредственной деятельности и в каком объёме, насколько такого рода деятельность экономически оправданна. Широко известно категоричное высказывание М. Фридмана в знаменитой статье «Социальная ответственность бизнеса состоит в увеличении прибыли», опубликованной в *New York Times*: «Немногие тенденции способны столь же сильно подорвать основы свободного общества, как принятие руководителями корпораций другой социальной ответственности, кроме обязанности зарабатывать как можно больше денег, для своих акционеров. Это принципиально

вредная доктрина». Однако современная практика ведения бизнеса такова, что компании в той или иной степени проявляют признаки социально ответственного поведения. Лидеры ведущих мировых компаний осознали, что процветание их бизнеса напрямую зависит от благополучия местного сообщества. И в этом смысле КСО напрямую корреспондирует с концепцией социально-этичного маркетинга. Кроме того, социально ответственное поведение бизнеса возникло как прагматичная реакция на неотложные потребности. К компаниям обращаются с просьбой заняться определенными проблемами и участвовать в их решении (даже обеспечить общественные блага), поскольку правительства или местные власти не смогли или не захотели этим заниматься. В ситуации отсутствия средств в местных бюджетах и гигантского количества градообразующих предприятий бизнес вынужден брать на себя решение целого ряда социальных проблем с тем, чтобы не допустить возникновения для себя ещё более значительных издержек.

Российские объединения предпринимателей также не обходят своим вниманием тему КСО. РСПП была разработана и в 2004 году одобрена XIV Съездом союза «Социальная хартия российского бизнеса». В её новой редакции 2007 года подчёркивается, что «как часть глобального бизнеса российский бизнес подтверждает Социальной хартией приверженность принятому в мировой практике пониманию корпоративной ответственности. Хартия представляет собой своего рода стандарт ответственного поведения бизнеса для российских компаний. Социальная хартия российского бизнеса официально признана национальным документом, соответствующим Глобальному Договору ООН» [10].

Необходимо отметить, что и российские властные структуры на региональном уровне, действуя, как правило, совместно с представителями бизнеса, внедряют в практику различного рода программы и конкурсы, чьими задачами является стимулирование социально ответственного бизнеса. Такого рода практика существует в Пермском крае, Новосибирской, Саратовской, Челябинской областях. Наверное, этот перечень может быть продолжен. Приведенные примеры обусловлены лишь знанием автора методик, применяемых в данных регионах для оценки уровня социально ответственного поведения бизнеса.

Таким образом, к основным причинам, вызвавшим к жизни социально ответственное поведение бизнеса, и обусловившим его развитие, на наш взгляд, относятся следующие: во-первых, перед бизнесом может встать необходимость сглаживания экстерналий рынка в условиях неспособности государства сделать это по тем или иным причинам, и тем самым снизить собственные транзакционные издержки; во-вторых, пони-

мание бизнесом того, что собственное благополучие и стабильность деятельности определяются стабильностью внутренней и внешней экономической и социальной среды, в которых он функционирует; и, в-третьих, стремление «обеспечить» себя более качественными ресурсами труда, а именно – «человеческим капиталом». Все вышеперечисленные причины во многом взаимообуславливают друг друга и позволяют охарактеризовать цель такого поведения как повышение производственной эффективности и перераспределение экономических возможностей. В настоящий момент времени наблюдаются попытки институционального регулирования социально ответственного поведения и собственно со стороны организаций работодателей, и со стороны общественных организаций, и, конечно же, государства. Первые стремятся закрепить формы социально ответственного поведения в различных кодексах и хартиях, демонстрируют свои социальные расходы, публикуя нефинансовую отчетность. Вторые, обосновывая социальную значимость подобных действий и предлагая им критериальные оценки, формируют необходимость и обязательность социально ответственного поведения бизнеса в глазах общества. А властные структуры, используя инструменты институционального регулирования (правила и процедуры, нацеленные на выявление и поощрение социально ответственных компаний), стремятся стимулировать такого рода поведение бизнеса.

Литература

1. Норт, Д. Институциональные изменения: рамки анализа / Д. Норт // *Вопросы экономики*. – 1997. – № 3. – С. 7.
2. Клейнер, Г.Б. Институциональные изменения: проектирование, селекция или протезирование? / Г.Б. Клейнер // *Постсоветский институционализм / под ред. Р.М. Нуреева, В.В. Деметьева*. – Донецк: Каштан, 2005. – С. 410.
3. Шаститко, А.Е. Институциональная среда хозяйствования в России: основные характеристики. [Электронный ресурс] / А.Е. Шаститко. – <http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2007/03/.../028Shastitko.pdf>. (дата обращения 25.06.2012).
4. Шиндина, Т.А. Влияние финансового кризиса на рынок рекламы и предпринимательство / Т.А. Шиндина, И.С. Карабанова // *Вестник Университета*. – 2010. – № 8. – С. 79–81.
5. Доклад о социальных инвестициях в России в 2004 г. Роль бизнеса в общественном развитии / Ассоциация менеджеров. – М., 2004.
6. Данилова, О.В. Социальная ответственность бизнеса в системе рыночного хозяйства (теоретико-экономический аспект): автореф. дис. ... д-ра экон. наук / О.В. Данилова. – М., 2009. – С. 12–14.

Предпринимательская деятельность

7. Татьянакина, А.А. Оценка инновационной инфраструктуры как основы развития предпринимательской экономики / А.А. Татьянакина, Т.А. Шиндина // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2011. – Вып. 20. – № 41(258). – С. 85–89.

8. Тарадина, Л.Д. Постиндустриальная филантропия / Л.Д. Тарадина // Модернизация экономики и глобализация / Л.Д. Тарадина. – М.:

Издательский Дом ГУ ВШЭ, 2009. – Кн. 2. – С. 345–353.

9. Дмитриевских, М.В. Инновационная инфраструктура региона: сущность, состав и тенденции развития / М.В. Дмитриевских, А.А. Татьянакина, Т.А. Шиндина // Вестник СибГАУ. – 2010. – №2 (28). – С. 143–145.

10. Социальная хартия российского бизнеса [Электронный ресурс]. – <http://www.rspp.ru> (дата обращения 25.06.2012).

Поступила в редакцию 4 февраля 2013 г.

Карпушкина Анжелика Викторовна. Доктор экономических наук, заведующий кафедрой «Экономика фирмы и рынков», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – институциональный анализ социально-трудовых отношений, региональная экономика. Контактный телефон: 8 (351) 900-59-955, e-mail: angelvik28@mail.ru

Angelika Viktorovna Karpushkina. Doctor of Economic Science, Head of Company and Market Economy Department, South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: institutional analysis of social and labor relations, regional economy. Tel: 8 (351) 900-59-95, e-mail: angelvik28@mail.ru