

Роль бизнес-дипломатии во внешнеполитической деятельности России

Марушин Д. В.

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Российская Федерация; bonart92@yandex.ru

РЕФЕРАТ

В статье рассматривается феномен бизнес-дипломатии как формы международной публичной коммуникации. Бизнес-дипломатия является одной из форм народной дипломатии и определяется как неофициальная переговорная деятельность независимых от правительств физических и юридических лиц. В статье анализируются отношения между бизнес-структурами разных стран в экономической и социальных сферах.

Ключевые слова: Россия, бизнес, дипломатия, внешнеполитическая деятельность, экономическая, социальная сферы

The Role of Business Diplomacy in Russian Foreign Policy Activities

Marushin D. V.

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint-Petersburg, Russian Federation; bonart92@yandex.ru

ABSTRACT

The article highlights the phenomenon of business diplomacy as a form of international public communication. Business diplomacy is one of the forms of people's diplomacy and is defined as an informal negotiating activity of individuals and legal entities independent of governments. The article analyzes the relations between business structures of different countries in economic and social spheres.

Keywords: Russia, business, diplomacy, foreign policy activity, economic, social spheres

Рассматривая бизнес-сообщество как один из субъектов общественных отношений в системе публичной коммуникации в условиях становления глобального информационного общества, необходимо отметить, что особенностью участия отдельных представителей бизнеса и бизнес-структур в целом в международной публичной коммуникации, как и в случае народной дипломатии, является независимость от государственного вмешательства, что получило название «бизнес-дипломатия». Как отмечает А. Полянский, «при общении с представителями крупного бизнеса взаимопонимания достичь оказывается гораздо легче, так как предприниматели научились лучше находить сбалансированные между интересами различных отраслевых групп решения. Правительству пора начать перенимать их опыт»¹. Представляется возможным рассматривать феномен бизнес-дипломатии как одну из форм международной публичной коммуникации, разновидность гражданской дипломатии. Следует отметить, что в имеющейся российской политической литературе отсутствует определение данного понятия. На наш взгляд, исходя из того утверждения, что бизнес-дипломатия является одной из форм народной дипломатии, можно дать ее следующее определение: это неофициальная переговорная

¹ Полянский А. Бизнес-дипломатия эффективнее государственной [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cfin.ru/press/boss/2002-11/01.shtml> (дата обращения: 21.02.2018).

деятельность независимых от правительств физических и юридических лиц, коммерческих организаций, направленная на развитие и улучшение отношений между бизнес-структурами разных стран в экономической и социальной сферах, а также установления диалога с глобальным гражданским обществом с целью информационного обмена, установления нового мирового экономического порядка в условиях глобализации. Таким образом, акторами бизнес-дипломатии выступают коммерческие негосударственные компании и их представители. Данный феномен связан с тем, что современное государство испытывает сильное давление со стороны общественного мнения. В результате чего сокращается государственная ответственность в сфере социальных обязательств. «Перераспределение ответственности за развитие социальной сферы стимулирует активный поиск каналов и форм взаимодействия между бизнесом, властью, представленными НКО группами социальных интересов, общественностью, выражающей позиции заинтересованных потребителей» [2]. Таким образом, формируется коммуникативный диалог этих акторов на основе нового типа экономики — «гражданской экономики», механизмы которой должны способствовать решению социальных проблем и созданию социально ответственного государства.

В современной России бизнес-структуры представляют собой наиболее подвижные и коммуникативно-активные общественные институты, которым крайне необходимы новые формы публичных коммуникаций, обеспечивающих формирование положительного имиджа и репутации российского бизнес-сообщества на глобальных рынках. Основным условием эффективности бизнес-дипломатии является вовлеченность в переговорный процесс всех заинтересованных сторон бизнеса, общественных организаций и профессиональных сообществ. В условиях XXI в. в России сформировалась разветвленная сеть общественных организаций, которые основаны на общности интересов отдельных отраслей бизнеса (например, Российский союз промышленников и предпринимателей, Торгово-промышленная палата Российской Федерации и т. д.). Благодаря этому формируется возможность для неформальных дипломатических контактов российского бизнеса с зарубежными партнерами и в целом с гражданским обществом.

На сегодняшний день можно выделить следующие способы осуществления бизнес-дипломатии:

- организация информационного обмена по вопросам бизнес-рисков, которые могут возникать в публичном пространстве при реализации бизнес-проектов;
- разработка PR-кампаний по продвижению российского бизнеса за рубежом и по формированию его позитивного международного имиджа;
- создание условий для продвижения российских брендов на мировые рынки;
- включение российского бизнеса в глобальные публичные коммуникации.

Последний тезис о включении российского бизнеса в систему публичной коммуникации на глобальном уровне можно проиллюстрировать на примере участия российских компаний в Глобальном договоре ООН, который представляет собой основу для взаимодействия универсальной международной организации с глобальными бизнес-структурами по вопросам прав человека, трудовых отношений, охраны окружающей среды и борьбы с коррупцией. Идеологической основой данной крупнейшей глобальной инициативы является идея «ответственной гражданской позиции корпораций», что соответствует универсальным принципам ООН, «содействует большей устойчивости, справедливости и представительности глобального рынка и способствует формированию процветающих и преуспевающих обществ»¹. На сегодняшний день к Глобальному договору присоединились более тысячи ком-

¹ См.: Документы по «Глобальному договору» на русском языке [Электронный ресурс]. URL: <http://www.unglobalcompact.org/Languages/russian/index.html> (дата обращения: 24.01.2018).

паний в ста странах мира, в том числе и около тридцати российских фирм. По словам Генерального секретаря Пан Ги Муна, «ни одно правительство не может самостоятельно справиться с такими глобальными вызовами, как нищета, распространение ВИЧ-инфекции или экологические катастрофы. Но участие в этой инициативе выгодно и бизнесу. <...> Это будет способствовать повышению их статуса в нашей стране и за рубежом»¹.

Важно подчеркнуть, что далеко не все бизнес-структуры желают участвовать в этом глобальном проекте, так как основная цель такой деятельности — призвать мировое бизнес-сообщество к социальной ответственности в условиях обострения глобальных проблем современности. Фактически получается, что диалог в рамках публичной коммуникации происходит не столько между самими бизнес-структурами, сколько между бизнесом и обществом.

История российского бизнеса достаточно коротка, если принимать за точку отсчета 1991 г. Однако проблема социальной ответственности бизнеса и его диалоговых взаимоотношений с обществом была поставлена в плоскость реализации уже в 2004 г., когда была принята Социальная хартия российского бизнеса. Важно подчеркнуть, что стандарты, заложенные в Хартии, базируются на принципах Глобального договора. Российская Хартия предполагает соблюдение бизнесом определенных правил игры:

- справедливую конкуренцию,
- добросовестную рекламу,
- обеспечение устойчивости бизнеса,
- честные взаимоотношения с работниками, обществом и инвесторами.

Сегодня к Социальной хартии присоединилось около 200 компаний².

Современная практика формирования гражданской экономики и в соответствии с этим бизнес-дипломатии на мировом уровне требует своего теоретического осмысления. В этой связи можно упомянуть сформировавшиеся в западной политической науке в 1970-х годах две теоретические концепции: корпоративной социальной ответственности (КСО) и корпоративного гражданства (КГ) [2]. Среди ведущих исследователей, развивающих идеи данных концепций в российской политической науке, следует отметить работы С. Перегудова, И. Семененко, А. Дынкина, Е. Костиной и др.

Говоря о содержательной стороне данных концепций, важно дать определение основным категориям. Так, согласно определению российского исследователя И. Семененко, под корпоративным гражданством понимается «стратегия бизнеса по взаимодействию с обществом в целях обеспечения эффективного и устойчивого развития и формирования собственной репутации как ответственного «корпоративного гражданина», полноправного участника такого развития» [3]. Важной чертой данной теоретической разработки является выделение двух коммуникационных структур: диалог «бизнес-бизнес» и диалог «бизнес-общество». В рамках последнего на первый план выходит идея формирования новых качеств личности предпринимателя, которые характеризуются как «ответственное гражданство». На международном уровне данный феномен как раз и нашел свою форму в виде бизнес-дипломатии, которая направлена на мировой социум (отдельные личности, некоммерческие организации, общественные движения и т.д.).

В этой связи феномен корпоративного гражданства возник именно благодаря становлению информационного общества, в условиях которого появились новые

¹ Кукол Е. Десять заповедей добра. Нищета, ВИЧ-инфекция и экологические катастрофы станут заботой российского бизнеса // Российская газета — Федеральный выпуск № 4636. 11.04.2008 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rg.ru/2008/04/11/pan-biznes.html> (дата обращения: 28.02.2018).

² Там же.

возможности участия бизнеса в диалоге с мировым сообществом. Для того чтобы успешно интегрироваться в систему «новой экономики», бизнесу необходимо не только предлагать на рынке высокотехнологичные товары и услуги, но и чрезвычайно важно налаживать доверительные отношения с обществом.

Резюмируя вышесказанное, представляется возможным выделить следующие предпосылки появления концепции корпоративного гражданства:

- в условиях глобализации политики и экономики бизнес стал выступать в роли самостоятельного, активного и влиятельного актора;
- информационный фактор и тенденция взаимозависимости мировой системы XXI в. повлияли на трансформацию основных мировоззренческих позиций современного бизнес-сообщества. Так, знаменитый тезис М. Фридмана о том, что «единственная ответственность бизнеса — это получение прибыли», концептуально трансформировался, в результате чего бизнес-деятельность приобрела социально ответственный характер¹.

Российский исследователь Е. Костина отмечает важность таких принципов концепции корпоративного гражданства, как:

- социальная активность и инициативность бизнес-сообщества;
- более тесные, чем у государства, коммуникационные связи с гражданским обществом;
- сочетание коммерческих и некоммерческих интересов определяет лицо современного социально ответственного бизнеса;
- лоббирование общественных интересов бизнесом в государственных структурах.

Таким образом, «корпоративное гражданство — это модель ответственного общественного поведения компании, нацеленного на ее включение в системное взаимодействие с другими социальными институтами для совместного участия в осуществлении стратегии развития» [3].

В развитие концептуальных идей корпоративного гражданства следует рассмотреть уже вышеупомянутую концепцию корпоративной социальной ответственности (КСО), в которой основной акцент сделан на практической реализации новых форм бизнес-коммуникации с обществом (вопросы трудовых стандартов, работа с персоналом, природоохранные мероприятия, защита прав человека и т. д.). По мнению российского исследователя И. Семененко, «КСО является своего рода фундаментом, основой реализации модели КГ, причем как на уровне конкретных социально значимых инициатив, так и на уровне обеспечения их ценностной (социально ответственной) мотивации. С другой стороны, у доктрины КГ есть и сугубо политическое измерение, нацеленное на включение корпорации в системное взаимодействие с другими социальными и политическими институтами» [3].

В последние годы в российской науке актуализировалась проблема осмысления феномена социально ответственного бизнеса и его форм коммуникации с обществом в современных российских условиях. В результате появился ряд диссертационных исследований [1] и монографий [2] по данной тематике. Важным вкладом российских ученых в развитие концепций «Корпоративного гражданства» и «Корпоративной социальной ответственности» стала разработка термина «корпоративная социальная отчетность», что подразумевает разнообразные формы социального контроля за результатами деятельности бизнеса, как на национальном, так и глобальном уровнях².

¹ «Корпоративное гражданство» в условиях России [Электронный ресурс]. URL: <http://soob.ru/n/2001/1/m/25> (дата обращения: 11.03.2018).

² Корпоративная социальная ответственность в России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.csrjournal.com/lib/networkoverview/174-korporativnaja-socialnaja-otvetstvennost-v-rossii.html> (дата обращения: 17.12.2017).

Причины повышенного интереса к концепции корпоративного гражданства в России обусловлены большими социальными ожиданиями по отношению к бизнесу, которые возникли в последние десятилетия. До недавнего времени в российском менталитете только государство рассматривалось как источник социальной защиты населения, тогда как бизнес имел негативную репутацию. Ситуация стала меняться в последние годы, когда выросло новое поколение россиян, для которых сфера публичного стала естественной благодаря информационному обществу, а потому изменились критерии оценок государства и бизнеса в социальном контексте. Очевидным становится положение о том, что корпоративное гражданство в России возможно благодаря изменению мировоззренческих установок населения, которое открыто для диалога не только с властью, но и с бизнесом.

Подводя итог рассмотрению вопроса о роли бизнеса в развитии публичных коммуникаций, как в России, так и мире, необходимо отметить следующие позиции:

- в условиях информационного общества происходит перераспределение ответственности за развитие социальной сферы между государством и бизнесом на национальном и глобальном уровнях, что стимулирует активный поиск новых каналов и форм публичной коммуникации между обществом и бизнесом;
- представляется возможным рассматривать феномен бизнес-дипломатии как одну из форм публичной коммуникации на международном уровне, которая рассматривается в данной диссертации как одна из форм народной дипломатии и определяется как неофициальная переговорная деятельность независимых от правительств физических и юридических лиц, коммерческих организаций, направленная на развитие и улучшение отношений между бизнес-структурами разных стран в экономической и социальной сферах, а также установления диалога с глобальным гражданским обществом с целью информационного обмена установления нового мирового экономического порядка в условиях глобализации;
- примером включения российского бизнеса в систему публичной коммуникации на глобальном уровне (в систему бизнес-дипломатии) является участие российских компаний в Глобальном договоре ООН, который представляет собой основу для взаимодействия универсальной международной организации с глобальными бизнес-структурами по вопросам прав человека, трудовых отношений, охраны окружающей среды и борьбы с коррупцией;
- концептуальной основой Глобального договора являются теория «Корпоративного гражданства» и теория «Корпоративной социальной ответственности», что подчеркивает важность публичной коммуникации между государством, обществом и бизнесом.

Литература

1. Костина Е. Н. Корпоративное гражданство в системе отношений государства и бизнеса в России: автореф. дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02. СПб., 2010.
2. Перегудов С. П. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии / С. П. Перегудов, И. С. Семенов ; Ин-т мировой экономики и междунар. отношений РАН. М. : Прогресс-Традиция, 2008.
3. Семенов И. Корпоративное гражданство и перспективы глобальной управляемости [Электронный ресурс]. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2007/615> (дата обращения: 12.05.2018).

Об авторе:

Марушин Даниил Валерьевич, аспирант кафедры международных отношений Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого (Санкт-Петербург, Российская Федерация), bonart92@yandex.ru

References

1. Kostina E.N. Corporate citizenship in the system of relations between the state and business in Russia: Dissertation abstract: 23.00.02. SPb., 2010. (In rus)
2. Peregudov S.P. Corporate citizenship: concepts, international practice and Russian realities / S.P. Peregudov, I. S. Semenenko, Institute of world economy and Intern. Relationship of RAS. M. : Progress-Tradition, 2008. (In rus)
3. Semenenko I. Corporate citizenship and prospects for global governance [Electronic resource]. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2007/615> (date of access: 12.05.2018). (In rus)

About the author:

Daniil V. Marushin, Graduate student, Department of international relations, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University (St. Petersburg, Russian Federation), bonart92@yandex.ru