

«Секция 3. Экономические интересы как причина социальных конфликтов: история и современность (рук. проф. А.А. Осеев)»

Влияние внутрикорпоративных конфликтов на развитие отношений бизнеса с властью

Закиров Айдар Робертович

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Россия, Казань

E-mail: RedTrot@list.ru

В политической науке взаимоотношения бизнеса и власти отражены в сфере Government Relations (GR). Согласно бихевиоральному подходу структурная организация и поведенческая практика бизнес-акторов детерминируют достижение поставленных целей, экономические ожидания и выбор альтернативных путей развития [1, с. 338-342]. В дальнейшем бихевиоральный подход был использован Р.А. Байером, Р.Г. Куком, А. Хиллманом для исследования мотивации бизнес-структур к политическому участию и их способности к рациональному действию в политической сфере [2, с. 316].

Особенностью крупных бизнес-структур, осуществляющих взаимодействие с органами государственной власти, является наличие специализированных подразделений - GR-департаментов. Их положение определяется в зависимости от структуры самой организации [3, стр. 89-102]. В случае если компания сформирована по принципу унитарного государства, то чаще всего существует один GR-департамент, который координирует и непосредственно осуществляет взаимодействие с властью. По-иному рассматривается ситуация, когда бизнес-организация построена по принципу федеративного государства, обладающая сильными филиалами в разных регионах одного государства или представлена в различных государствах мира. Тогда каждый филиал обладает собственным GR-департаментом. Соответственно, в таких ситуациях могут возникать конфликты на почве стратегий реализации отношений с органами государственной власти.

По результатам анализа ряда кейсов по взаимодействию с органами государственной власти выделены конфликты распределительные, идеологические и репрезентативные.

1. Конфликты распределительные. В ситуации, когда компания имеет сложную структуру с центральным офисом и региональными подразделениями, могут возникать конфликты по поводу распределения благ от взаимодействия с органами власти.

Одним из примеров проявления такого конфликта является случай, возникший в связи с новой политикой властей США по корпоративной экономии топлива. Одним из условий данной политики было то, что каждая машина, произведенная и реализованная автопроизводителями США, соответствовала новым требованиям по экономии расхода топлива [4, с. 201-203]. В частности, компания General Motors в стремлении сохранить поддержку властей согласилась, чтобы вся продукция соответствовала новой политике. Но в то же время компания столкнулась с внутренней проблемой, когда наибольшим издержкам был подвержен отдел по производству автомобилей бизнес-класса с большими двигателями, а распределение полученных доходов осуществлялось в равном пропорциональном отношении между всеми отделами.

2. Идеологические конфликты возможны в тех ситуациях, когда центральный GR-департамент компании принимает решение о том или ином варианте GR-стратегии, но региональные департаменты могут быть с этим не согласны. Примером данного рода конфликтов выступают случаи, когда политический курс одного из региональных департаментов компании подрывает общественные и экономические связи другого департамента. Стабильность связи «покупатель-продавец» во многом зависит от социальных связей и благоприятных цен. Например, «Аппалакская энергетика» на протяжении многих лет

лоббировала в сенате проект создания нефтяного трубопровода. В то же время, железнодорожные компании также лоббировали отклонение данного проекта по экономическим соображениям. Они стремились приостановить продвижение данного проекта, напомнив «Аппалакской энергетике» о том, что их взаимоотношения с вице-президентом зависят от железных дорог для транспортировки угля (взаимоотношения «покупатель-продавец») и заказом на \$300 млн. дизельного топлива у самой же «Аппалакской энергетике». Соответственно «Аппалакская энергетика» сочла, что сохранение отношений с правительством и крупным заказчиком выгоднее строительства нового нефтепровода.

3. Репрезентативные конфликты. Корпорация «General Motors» выступала против всех государственных субсидий из-за особых преференций на базе прежних договоренностей. Но имел место случай, когда департамент компании в штате Калифорния стал заряжать по заниженной цене автомобили на электрической тяге в рамках договоренности с местными органами власти для получения дополнительных льгот и субсидий. Было это сделано без информирования центрального GR-департамента. Соответственно, когда центральный офис узнал об этой акции, он немедленно изъял из производства электромобили в данном регионе у собственного департамента в пользу централизованного управления корпорацией. Таким образом, уровень децентрализации корпорации напрямую влияет на независимость и мотивированную деятельность региональных департаментов не только в сфере GR-связей, но и в публичной политике в целом.

Таким образом, можно сделать вывод, что внутренняя форма организации фирмы, компании или корпорации, уровень диверсификации влияют на то, каким образом и какими путями осуществляется GR-деятельность каждой крупной бизнес-структуры.

Источники и литература

- 1) Argote L. A behavioral theory of the firm – 40 years and counting: introduction and impact. *Organization science*. 2007. №3. P. 337-349. Available at: <https://pdfs.semanticscholar.org/3037/524f67ed52eb8163b83299a6f0c5590137fd.pdf> (Accessed 13.9.2017)
- 2) Getz K.A. Public affairs and political strategy: theoretical foundations. *Journal of public affairs*. 2002. №4. 316 p.
- 3) Epstein, E. (1969). *The Corporation in American Politics*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ. 365 p.
- 4) Shaffer, B. (1992). 'Regulation, competition, and strategy: The case of automobile fuel economy standards, 1974–1991'. In J. E. Post (ed.), *Research in Corporate Social Performance and Policy*, Vol. 13. JAI Press, Greenwich, CT, pp. 191–218.