

Жмай А.В.
аспирант

Одесского национального университета имени И.И. Мечникова

Орлова Н.В.

кандидат экономических наук, доцент

Одесского национального университета имени И.И. Мечникова

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА: ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ В УКРАИНЕ

В статье рассматриваются исторический аспект развития института корпоративной социальной ответственности (КСО), международный опыт формирования подходов к социальной ответственности в странах Европы и США. Исследуются специфические особенности основных подходов, предлагается их сравнительный анализ для определения возможности и перспектив их применения в Украине в современных условиях.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, заинтересованные лица, основные подходы к корпоративной социальной ответственности, анализ.

Жмай О.В., Орлова Н.В. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ДО СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ: МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ

У статті розглядаються історичний аспект розвитку інституту корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), міжнародний досвід формування підходів до соціальної відповідальності в Європі та США. Досліджуються специфічні особливості основних підходів, пропонується їх порівняльний аналіз для визначення можливості та перспектив їх застосування в Україні у сучасних умовах.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, зацікавлені особи, основні підходи до корпоративної соціальної відповідальності, аналіз.

Zhmai A.V., Orlova N.V. ANALYSIS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY'S MODERN APPROACHES: POSSIBILITIES OF APPLICATION IN UKRAINE

The article is devoted to considering the historical aspect of development of the social responsibility's institute, international experience of forming social responsibility's approaches in Europe and USA. Specific singularities of main approaches are studied, and their comparative analysis for determination of possibility and prospects of their application in Ukraine in modern conditions is offered.

Keywords: corporate social responsibility, stakeholders, current approaches to corporate social responsibility, analysis.

Постановка проблемы. Современные условия хозяйствования требуют от субъектов рынка поиска новых подходов к управлению организацией и взаимодействию с внешней средой. Формирование системы и механизма корпоративной социальной ответственности (КСО) даёт возможность компаниям получить стойкие конкурентные преимущества в долгосрочной перспективе. В Украине корпоративное управление, с точки зрения международных стандартов, находится на уровне становления, поэтому иногда представители бизнеса недооценивают важность КСО, хотя в мировой практике корпоративная социальная ответственность является современным стилем деловой активности, что существенно влияет на конкурентоспособность и имидж компании.

В данной статье рассматриваются основные подходы к корпоративной социальной ответственности, которые сформировались в странах Европы и Америки. Изучение сильных и слабых сторон каждого из представленных подходов позволяет определить, какой из них лучше всего подходит для применения

в Украине на этапе становления рыночных отношений.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследования отечественных учёных в сфере корпоративного управления и корпоративной социальной ответственности опираются на мировые наработки анализа корпоративного управления и социальной роли бизнеса в обществе. Среди зарубежных учёных, которые исследовали эти процессы, можно назвать У. Шарпа, А. Александера, У. Гордона, Дж. Фаббози, Э. Бригхэма, Дж. Стиглица, А. Субботина, А. Кульмана, Б. Шнэйдера и др.

Определение нерешённой части общей проблемы. Социальная ответственность бизнеса, которая активно применяется на практике в зарубежных компаниях, не имеет широкой поддержки как со стороны украинского общества, так и со стороны государственных структур. Для того чтобы институт социальной ответственности бизнеса был признан отечественными предпринимателями, государством и некоммерческими организациями, а механизмы со-

циальной ответственности в Украине начали функционировать на должном уровне, необходимо определить, какой из существующих зарубежных подходов к корпоративной социальной ответственности наиболее адекватно применим для отечественных реалий.

Формулировка цели статьи. Целью статьи является анализ основных зарубежных подходов к социальной ответственности бизнеса для определения возможности применения одного или нескольких подходов в условиях современного развития социально-экономической системы Украины.

Изложение основного материала исследования. В современной зарубежной литературе выделяется четыре основных подхода к корпоративной социальной ответственности: рыночный подход, подход с позиции государственного регулирования, подход с позиции корпоративной совести и подход с позиции заинтересованных лиц (стейкхолдеров).

Рыночный подход к корпоративной социальной ответственности является одним из ведущих в современных экономических условиях. При этом представители институциональной школы [1] признают необходимость участия государства в смягчении «провалов рынка», однако не в форме прямого вмешательства в деятельность экономических субъектов, а в виде четкой спецификации прав собственности, использования различных экономических стимулов воздействия на поведение агентов. Данный подход доказал свою состоятельность исторически: в США корпоративная социальная ответственность является абсолютно добровольной, государственное регулирование сведено лишь к законодательно закрепленным налоговым льготам и зачетам для бизнеса. И между тем именно в США бизнес на протяжении почти века без государственного принуждения несет серьезную нагрузку по поддержанию социальной сферы – образования, здравоохранения и т.д.

Согласно мнению некоторых исследователей [2], действенность рыночного подхода к корпоративной социальной ответственности состоит в том, что он обеспечивает готовую форму регулирования деятельности предприятия, устраняя необходимость в бюрократическом вмешательстве государства. При рыночном подходе потребитель всегда находится в наиболее выгодном положении в таком обществе, где компании руководствуются только принципом умножения прибыли в условиях свободной конкуренции. Этот подход находит значительную поддержку в рамках общей экономической теории.

С другой стороны, слабость этого подхода в том, что он не охватывает социальные проблемы, которые являются отражением так называемых «провалов рынка». Все возрастающее количество негативных внешних эффектов и невозможность нулевых транзакционных издержек создает ситуацию, когда рынок сам не в состоянии эффективно отрегулировать ситуацию. Вопрос в том, кто может оказать ему помощь: государство, крупные промышленные объединения, специальные подразделения внутри корпораций или кто-то ещё.

Согласно рыночному подходу, как только деятельность корпорации начинает регулироваться чем-то другим, кроме рынка, открывается путь бюрократическому управлению и экономической неэффективности. Таким образом, решение одной проблемы создает множество новых. Однако проблема «провалов рынка» заслуживает пристального внимания. И ещё менее привлекательным будет выглядеть данный подход, если отказать от представления о свободной конкуренции на рынке и признать существова-

ние различных форм давления на рынок со стороны олигархов и монополий.

Тем не менее рыночный подход к корпоративной социальной ответственности приобрел множество последователей в США и других странах.

Рассматривая подход к корпоративной социальной ответственности с позиции государственного регулирования, необходимо отметить, что большинство приверженцев этого подхода рассматривают государственные структуры как правомочных надзирателей над деловой жизнью, хотя государственное регулирование никогда не бывает совершенным. Более того, считается, что люди по своей природе нуждаются в устрашающих средствах (в форме системы юридического сдерживания и противовесов), чтобы удерживаться от антиобщественного поведения.

В качестве аргумента в пользу этого подхода авторы отмечают тот факт, что закон часто используется как основа для принятия этических решений, несмотря на то, что он плохо приспособлен для этих целей. Причина этого, по всей вероятности, в низком нравственном уровне большинства граждан. Как показывают исследования [3], для многих людей разница между правильными и неправильными поступками определяется степенью их законности. В таком случае закон может оказаться эффективным инструментом для поднятия уровня этического поведения. При этом, если закону отводится роль нравственного воспитателя в обществе, это должен быть «хороший» закон – в том смысле, что он должен быть хорошо продуман, четко сформулирован и последовательно проводится в жизнь. К сожалению, большинство законов редко удовлетворяют хотя бы одному из этих требований. Этот фактор значительно уменьшает нравственно-воспитательную роль государственного закона.

Что касается недостатков подхода с позиции государственного регулирования, их связывают прежде всего с большой сложностью управления бизнесом в современном индустриальном государстве. В большинстве стран мира гражданское законодательство уступает уголовному в ясности и последовательности. Учитывая, что уголовное законодательство грешит непоследовательностью, беспокойство бизнесменов и экспертов по поводу применения гражданского законодательства для регулирования деятельности бизнеса в широких пределах вполне обосновано. Более того, практика показывает, что в то время как на государственное ведомство возложена задача по регулированию деятельности какой-либо отрасли промышленности, чаще всего оно само попадает в зависимость от отрасли. Для этого существует несколько причин.

Во-первых, каждая отрасль требует специфического подхода в управлении, и государственным структурам приходится прибегать к помощи экспертов, работающих в этих же отраслях. Это ведет к отсутствию должной критичности, к «самообслуживанию» в управлении. В результате отрасль сама устанавливает порядок регулирования и управляет собственной деятельностью под контролем государственной структуры, который, следует отметить, не может быть эффективным исходя из вышеназванной причины.

Во-вторых, часто служащие попадают в государственные управленческие структуры из соответствующей отрасли и по окончании государственной службы вновь возвращаются в отрасль. У такого служащего возникает внутренний конфликт: с одной стороны, он хочет достойно выполнять свои управленческие обязанности, с другой – ему нельзя обострять отношения со своими будущими работодателями в лице управляющих отраслью.

Несмотря на эти трудности, подход к КСО с позиции государственного регулирования показал себя эффективным в некоторых отраслях управления бизнесом (особенно в защите прав потребителя). Более того, трудно спрогнозировать, как будет развиваться ситуация, если бизнес вообще не будет регулироваться государством. Авторы считают, что невозможно как полностью отвергнуть этот подход к корпоративной социальной ответственности, так и принять его.

Данный подход получил широкое распространение в странах континентальной Европы, где компании при осуществлении социально полезной деятельности руководствуются законодательно установленными «правилами игры». Причем довольно жесткие «правила» действуют даже в случаях корпоративной благотворительности. С практической точки зрения, этот подход, несомненно, хорош в тех областях, где государство способно четко определить потребности общества, четко сформулировать свою политику и выделить приоритеты. Однако возникает два вопроса: первый – насколько хорошо государство знает, что именно нужно его гражданам и не подменяются ли на практике понятия «нужно гражданам государства» и «нужно государству» (в лице чиновников и их личных интересов); и второй – может ли государство достаточно гибко и быстро реагировать на изменение ситуации и, соответственно, изменение потребностей граждан – возможно, компании «ближе» к отдельному человеку и лучше осознают его нужды – но не реагируют на них самостоятельно в силу сложившейся системы. И, возможно, компании сами могли бы решить проблему, оптимизируя при этом свои корпоративные интересы и потребности групп общества.

Между тем многие практики и эксперты в области корпоративной социальной ответственности считают, что государственное вмешательство в управление социальной ответственностью бизнеса должно носить крайне ограниченный характер. Наиболее адекватными являются такие формы государственного влияния на развитие КСО, как:

- озвучивание стратегически важных для государства областей и направлений, где было бы желательно осуществление социальной политики бизнеса;
- создание дополнительных привилегий, своего рода экономических стимулов, для бизнеса, осуществляющего реализацию корпоративных социальных программ (например, налоговые льготы, режим благоприятствования).

Если же государство не готово пока сформулировать свои приоритеты в социально значимых областях и не может в силу определенных обстоятельств обеспечить таким компаниям режим максимального экономического благоприятствования (как, например, на текущий момент сложилась ситуация в Украине), его функцией должно стать хотя бы просто декларирование полезности КСО для общества на уровне главы государства и государственных чиновников.

Сила подхода к КСО с позиции корпоративной ответственности, по мнению авторов данной статьи, состоит в том, что его критерием является моральная ответственность, возникающая внутри корпорации, а не внешний по отношению к ней фактор, т.е. появляется возможность для саморегулирования, а не регулирования со стороны государственных структур. В свете явной неспособности и рынка, и государства к стимулированию высокоэтичного поведения (так как их функции скорее направлены на подавление вредного поведения) подход с позиции корпоративной ответственности представляет собой многообещающий способ внешнего регулирования.

Двигателем этого подхода является «правильная» корпоративная культура. Ценности, разделяемые компаниями, могут быть закреплены в этическом кодексе корпорации, или же они просто отражаются в её репутации. В любом случае подход с позиции корпоративной совести опирается в большей степени на общечеловеческие ценности, которыми дорожат и руководство, и подчиненные.

Однако при этом подходе возникает ряд теоретических и практических вопросов. Как показывает практика, применение персональных черт к корпорации вполне уместно, по крайней мере, сейчас уже внедряется корпоративное управление, где члены совета директоров, с одной стороны, несут личную ответственность за свои действия, а с другой стороны, освобождаются от личной ответственности в пользу ответственности корпоративной. Однако, с нашей точки зрения, в данном случае возникает вопрос о действенности такого подхода. Во-первых, зададимся вопросом, кто является его последователями. Скорее всего, это эксперты и ученые, которые, к сожалению, часто имеют лишь опосредованное влияние на реально происходящие события. Поскольку носителем процесса реального воплощения концепции КСО является бизнес-сообщество, наверно, имеет смысл использовать понятные ему термины, имеющие отношение к реальной действительности, а не к умозрительным заключениям.

Кроме того, не стоит забывать, что одним из основных подходов к любому явлению в сфере бизнеса является увеличение чистого денежного потока, который высчитывается как разница между совокупными доходами и совокупными расходами корпорации. Это, собственно, то, ради чего любой бизнес существует. Любая функция, в том числе корпоративная социальная ответственность, для того, чтобы она была принята бизнес-сообществом и внедрена в управленческую практику, должна быть применима в бизнесе в одном из четырех направлений, увеличивающих чистый денежный поток предприятия:

- 1) увеличение доходов;
- 2) сокращение расходов;
- 3) хеджирование различных рисков того, что доходы не будут получены;
- 4) хеджирование рисков того, что расходы превысят доходы.

В связи с этими прагматичными рассуждениями подход с позиции корпоративной совести выглядит несколько отстраненным от бизнес-практики, хотя, безусловно, имеет право на существование.

Теория стейкхолдеров является расширенным вариантом классической точки зрения об ответственности компании, состоящей в том, что корпорации имеют обязательства перед акционерами, и любое действие, предпринятое руководством, должно в итоге оцениваться по тому, служит ли оно интересам корпорации и её акционеров. Этот подход к управлению корпорацией появился сравнительно недавно, и его возникновение было связано с пониманием её как части социальной структуры общества, перед которым она также несет ответственность. Ключевым понятием концепции является термин «заинтересованные лица» (стейкхолдеры).

Термин «заинтересованные лица» (stakeholders), появившийся впервые во внутреннем меморандуме в Станфордском исследовательском институте (СИИ) в 1963 году, относится к «тем группам, без поддержки которых организация прекратила бы свое существование». Перечень заинтересованных лиц вначале включал акционеров, рабочих и служащих, покупа-

телей, поставщиков, кредиторов и общество. Взятый свое начало в работах Игора Ансоффа и Роберта Стюарта (отдел планирования корпорации Lockheed) [4], а затем М. Дошера и Р. Стюарта (СИИ) анализ, основанный на этой концепции, играл и продолжает играть важную роль в процессе планирования деятельности корпорации.

В работе И. Ансоффа «Стратегический менеджмент» отмечен тот факт, что «обязанности» и «цели», хотя они и не являются синонимами, в теории «заинтересованных лиц» сведены в одно понятие. Согласно этой теории, цели фирмы должны устанавливаться таким образом, чтобы соблюдался некий баланс противоречивых запросов стейкхолдеров данной корпорации. Интересно, что сам Ансофф отвергает «теорию стейкхолдеров» в пользу разделения целей на экономические и социальные, причем последние, по его мнению, оказывают «вторичное измеряющее и сдерживающее влияние» на первые [4].

В начале 1970-х гг. школа бизнеса при Гарвардском университете провела исследования в области корпоративной социальной ответственности. Пожалуй, одним из самых важных результатов стала разработка прагматической модели социальной ответственности, которая известна как «модель социальной ответственности корпораций», в которой анализ социальных проблем был увязан с традиционными областями стратегии и организации деятельности компаний. Чуть позже, в середине 1970-х гг., группой исследователей в области теории систем во главе с Расселом Акоффом был «повторно открыт» анализ на основе концепции стейкхолдеров [5]. Предлагая, по существу, взгляд на организации как на открытые системы, фактически Акофф доказал, что многие социальные проблемы можно решить с помощью переустройства основных институтов, обеспечив поддержку и взаимодействие стейкхолдеров.

К концу 1970-х гг. еще более остро встал вопрос учета в процессах стратегического управления нетрадиционных проблем бизнеса, связанных с государством, особыми группами, объединенными общими интересами, профсоюзами, зарубежными конкурентами, акционерами, несогласными с политикой, проводимой руководством компании. Кроме того, бизнесмены уже не могли закрыть глаза на такие сложные проблемы, как права рабочих, равные возможности, загрязнение окружающей среды, права потребителей, тарифы, госрегулирование.

В конечном итоге школа Хартона в 1977 году приступила к проекту «заинтересованных лиц». Цели этого проекта заключались в том, чтобы связать в единое целое несколько направлений и создать новую теорию управления, которая позволила бы руководству формулировать стратегию корпорации в постоянно меняющемся окружении. При этом использовалась модель действий, с помощью которой теория стейкхолдеров создавалась на основании реальных случаев. В настоящее время в рамках этого проекта суть концепции стейкхолдеров используется на трех уровнях: как теория менеджмента, как процесс для практиков с целью использования в стратегическом управлении и как система координат для анализа.

Что касается определения понятия «стейкхолдер» (заинтересованное лицо, заинтересованная сторона), сегодня наиболее распространенным является следующее определение: стейкхолдеры – это все лица или группы лиц, которые влияют на деятельность компании, а также все лица или группы лиц, на которых влияет деятельность компании. Между тем Р. Фримен и ДРид предложили такой подход: одно определение –

в широком смысле, которое включает группы, выступающие как союзники или противники, и второе – в узком смысле, которое схватывает суть определения СИИ, но является более конкретным [6]:

- «Заинтересованное лицо» в широком смысле – любые поддающиеся идентификации группы или лица, которые могут повлиять на достижение организацией целей или на которых может повлиять достижение поставленных организацией целей. В этом смысле стейкхолдерами являются объединенные общими интересами общественные группы, правительственные организации, профобъединения, конкуренты, союзы, а также рабочие и служащие, группы покупателей, владельцы акций и др.

- «Заинтересованное лицо» в узком смысле – любые поддающиеся идентификации группа или лицо, от которых зависит дальнейшее выживание организации. В этом смысле стейкхолдерами являются рабочие и служащие, группы покупателей, некоторые поставщики, основные правительственные организации, некоторые финансовые органы и др.

Отметим, что, несмотря на кажущуюся иллюзорность влияния некоторых групп стейкхолдеров широкого круга на деятельность корпорации с точки зрения стратегии, понятие «стейкхолдер» нужно понимать в широком смысле: при выработке стратегии необходимо учитывать все те группы, которые могут повлиять на достижение поставленных корпорацией целей.

Конкретные рекомендации применения концепции стейкхолдеров в управленческой практике очень многообразны. Это может быть, например, вовлечение группы заинтересованных лиц в процесс принятия стратегических решений. Так, международный стандарт отчетности AA1000 предусматривает ряд консультаций со стейкхолдерами в целях формирования и корректировки стратегии компании и предоставления отчетности о деятельности корпорации по интересующим стейкхолдеров вопросам.

Можно с уверенностью сказать, что подход к корпоративной социальной ответственности с позиции стейкхолдеров является на сегодняшний день соответствующим социально-экономическим реалиям. Об этом говорят те факты, что сегодня разработан и постоянно совершенствуется инструментарий, позволяющий компаниям объективно выяснять ожидания стейкхолдеров и привести стратегию компании в соответствие с ними. Один из таких инструментов – международный стандарт отчетности по КСО AA1000S [7], который активно используется как зарубежными, так и отечественными компаниями для составления корпоративной социальной отчетности, а также для разработки и корректировки стратегических направлений. Несомненное преимущество подхода в том, что компания находится оптимально близко к обществу и способна оптимизировать его интересы и свои цели, а также интегрировать запросы общества в стратегию и деятельность, тем самым увеличивая свой чистый денежный поток, укрепляя свою устойчивость в долгосрочной перспективе и эффективно решая общественные проблемы с минимальными затратами. При этом исключается ненужное посредничество, например, в лице государства как изъясителя «воли народа», которое выступает в качестве стейкхолдера наравне с другими заинтересованными сторонами.

Выводы. Наиболее адекватным сегодняшним экономическим условиям и наиболее полезным с точки зрения практической применимости является интеграция рыночного подхода к корпоративной социальной ответственности и подхода с точки зрения заинтересованных лиц. Данные подходы предполагают возмож-



ность свободного решения на основе концепции корпоративной социальной ответственности и концепции устойчивого развития стратегически важных вопросов организации, в число которых входят экономический, экологический и социальный аспекты, без прямого вмешательства государства и с учетом интересов тех групп, которые влияют на деятельность компании и испытывают влияние со стороны компании.

В то же время, на наш взгляд, наиболее адекватным для применения в Украине на этапе становления рыночных отношений является либо комбинирование, либо последовательная естественная смена представленных в статье подходов, поскольку каждый из них в отдельности является либо недостаточно совершенным (подход с позиции государственного регулирования), либо чересчур сложным и утопичным (подход с позиции заинтересованных лиц).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Аузан А. Экономика всего. Как институты определяют нашу жизнь. – М. : «Манн, Иванов и Фербер», 2013. – 160 с.
2. Борисов В. К., Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса : учеб. пособие. – М. : Дело, 2009. – 280 с.
3. Оценка духовно-нравственного развития молодежи [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://virtualexs.ru/cgi-bin/exsurveys/research.cgi?mode=qresults&ac=5365>.
4. Ансофф И. Стратегический менеджмент. – СПб. : «Питер», 2009. – 344 с.
5. Теория стейкхолдеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/Теория_стейкхолдеров.
6. Участие стейкхолдеров в КСО [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://csraz.com/ru/kso-obshestvo/oficialnie-novosti/30-chto-takoe-kso/27-uchastie-stakeholderov>.
7. Стандарты КСО [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://isefi.by/?cat=25>.