

## **Социальная ответственность бизнеса: теоретические аспекты**

**Волнухин К.В.**, аспирант, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС), Москва, Россия

**Аннотация.** Россия в своем развитии уже успела пройти путь от социализма к либерализму. Теперь необходимо найти баланс между этической составляющей бизнеса и стремлением максимизировать прибыль. Это общемировой тренд, возникший еще в середине 90-х годов прошлого столетия, к которому присоединилась и Россия. В рамках него осуществляются попытки определить ответственность бизнеса перед обществом.

**Ключевые слова:** максимизация прибыли, этический бизнес, теория стейкхолдеров, социальная ответственность бизнеса.

## **Social responsibility of business: theoretical aspects**

**Volnukhin K.V.**, postgraduate student, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow, Russia

**Annotation.** Russia in its development has already managed to pass from socialism to liberalism. Now it is necessary to find a balance between the ethical component of the business and the desire to maximize profits. This is a worldwide trend that arose back in the mid-1990s, to which Russia also joined. Within his framework, attempts are being made to determine the responsibility of the business to the community.

**Keywords:** profit maximization, ethical business, stakeholder theory, social responsibility of business.

## **Введение**

С начала XX века в обществе не раз появлялись идеи о том, что бизнес необходимо принимать во внимание интересы общества. В последние годы такое умонастроение получило очередное возрождение, и причин этому несколько. Во-первых, постоянный процесс укрупнения компаний, которые по сути контролируют мировую экономику. Масштаб их деятельности и уровень влияния на мировые процессы находятся на уровне возможностей некоторых правительств. Поэтому общество формирует представление, согласно которому такие компании принимают на себя соответствующий уровень ответственности. Во-вторых, в последние годы произошли несколько случаев «безответственного» поведения компаний, к примеру, пожар на нефтяной платформе компании BP в 2010 году или попытка Volkswagen скрыть реальные показатели загрязнения окружающей среды в 2015-2016 гг.

Конечно, это нашло отражение и в научной мысли. Теоретики начали пытаться систематизировать и проанализировать возникающие в обществе мнения и явления. Исследователи сразу же разделились на два абсолютно противоположных лагеря: одни считали необходимым вовлекать бизнес в социальные и культурные сферы, другие же были против идеи использования части ресурсов в непрофильной деятельности.

### **Противники концепции социальной ответственности бизнеса**

Изначально считалось, что руководство компании не обязано рассматривать ответственность перед вовлеченными в их бизнес сторонами, кроме как перед акционерами, и единственная объективная задача компании это стремление к увеличению прибыли. Получалось, что бизнес может действовать в интересах общества, только если руководство изменяло традиционную модель бизнес-поведения и ориентировалось не только на максимизацию прибыли акционеров. Сложно было представить подобную ситуацию без серьезных на то оснований.

Более всего с подходом социальной ответственности бизнеса были не согласны теоретики классической либеральной экономической мысли. Они

основываются на идее, что если руководство компании принимает на себя обязательства, не имеющие отношения к максимизации дохода акционеров, то это противоречит принципам рыночной экономики и, более того, подходу «свободного общества». Если политика компании противоречит интересам акционеров в угоду соблюдения интересов всего общества, то это нарушает морально-этические принципы демократического общества, основанного на рыночной экономике.

Главным приверженцем подобного подхода считается М. Фридмен. По его мнению, единственная правильная цель компании в рыночной экономике это увеличение прибыли акционеров. Основные его работы по данному вопросу публиковались еще в середине прошлого века. Он считает, что основная ответственность бизнеса заключается как раз в исключительном соблюдении интересов его акционеров. Важно отметить, что для Фридмен наиболее правильная модель устройства общества – индивидуалистическая.

Фридмен основывается на том, что увеличение прибыли акционеров для компании – это фундаментальная цель, которая является своего рода этическим принципом экономики, который обязаны принимать все, кто считает такую форму хозяйствования правомерной. Он считает, что система взаимоотношений, основанная на частной собственности, в идеальном виде представляет добровольное сотрудничество, где каждая из сторон получает свою выгоду и имеет возможность отказаться от сотрудничества в любой момент. Бизнес в данном случае представляет собой добровольное вверение акционером своей собственности компании, которая, действуя в его интересах, увеличит его состояние. А если компания ставит перед собой иные цели, то является прямым нарушением прав собственности.

Из современных последователей Фридмена можно выделить Элейн Штернберг. Она утверждает, что программами корпоративной социальной ответственности подрываются сами основы рыночной экономики. Первая причина в том, что только владелец собственности может определять, как она будет использоваться, поэтому все вложения должны быть использованы

максимально эффективно для увеличения прибыли их владельца. Вторая причина в том, что руководство компании – это агент, которые управляет чужим капиталом, поэтому достижение собственных целей или целей, которые отличны от таковых у акционеров является нарушением основных обязанностей управленца, зафиксированного в его договоре.

Сегодня, в условиях, когда права и желания современного общества обеспечиваются третьей стороной, уже трудно представить, что подходы Фридмена покажутся кому-то привлекательными и рациональными.

### **Сторонники концепции социальной ответственности бизнеса**

Постепенно, начали формироваться идеи, что до тех пор, пока компания подотчетна лишь своим акционерам, ожидать от нее ответственного поведения невозможно.

Все последние бизнес-скандалы крупных корпораций, от экологических преступлений до выплат «золотых парашютов», говорят, что от стремления к максимизации прибыли и возникают все проблемы. Получалось, что компания воспринималась своеобразным «опасным» учреждением, которое, обладая большими экономическими ресурсами, может направлять их на отдельных людей или целые общества. Главная ее цель – интересы акционера, поэтому руководство не имеет ни полномочий, ни стремлений следовать моральных или социально значимым принципам, избегая вреда экологии, людям, пока это не является их собственной целью. Среди приверженцев подобного взгляда можно выделить Джоэль Бакан, который выделяет основные черты крупных корпораций так: тотальная концентрация на получении прибыли, увеличении стоимости акций при полном безразличии к интересам других групп и склонности к обходу закона.

Некоторые ученые считают, что компании, которые ориентируются на максимизацию доходов, являются главной угрозой для общества. Кроме Бакана, среди критиков традиционных моделей поведения можно выделить Роберта Филипса и Р. Эдварда Фримена. На основе их идей сформулировано несколько главных постулатов, характерных для всех компаний. Первое, если

компания ставит перед собой несколько целей, кроме максимизации дохода, это делает ее управление достаточно сложным, что снижает уровень конкурентоспособности. Вряд ли бизнес пойдет на такое добровольно. Второе, механизмы и законы классического рынка создает такие условия, при которых компания не приспособлена для решения общественно значимых задач. Для того, чтобы повлиять на поведение бизнеса, необходимо пересматривать законы рынка или искать новые возможности для снижения отрицательных экстерналий.

Сторонники и противники традиционного поведения бизнеса, ориентированного на прибыль, признают один факт – бизнес не станет добровольно распылять свои ресурсы. Кардинального изменения сложившейся практики со стороны компаний не предвидится в обозримом будущем, а значит только общество может предложить новые подходы к экономическому развитию.

По итогам анализа можно сделать вывод, что акцент на большую социальную ответственность корпораций окажет существенное влияние на существующие принципы современной экономики.

### **Компромиссный подход теории стейкхолдеров**

Все это стало базой для развития основной на сегодня «теории стейкхолдеров», которую в российской литературе часто называют «концепцией соучастников». Этот подход основывается на том, что кроме максимизации прибыли акционеров, бизнес должен обслуживать интересы других вовлеченных сторон (стейкхолдеров). К ним относятся не только собственники, но и персонал, инвесторы, арендаторы, кредиторы, местное население, поставщики и, в целом общество. Кто именно относится к стейкхолдерам, не закреплено на законодательном уровне, но само понимание, что компания должна ставить цели не только в интересах акционеров, является основополагающим принципом в понятии этически ответственного бизнеса. В трудах вышеупомянутого Бакана так и говорится, что «этическим» бизнес

может стать только, если перестанет фокусироваться исключительно на максимизации доходов его акционеров.

Последователи этой теории развили мысль еще дальше. Дональдсон и Престон считают, что все участвующие в деятельности компании стороны, имеют свои интересы и поступают в соответствии с ними. Чтобы деятельность компании была оптимальной необходимо соблюдать баланс интересов всех участвующих сторон, не выделяя особым статусом какую-либо группу, даже акционеров. Однако, важно при этом определить круг этих «законных интересов» сторон.

Теория стейкхолдеров стала своеобразным компромиссом двух рассмотренных ранее позиций. Единственный момент, в котором сторонники и противники этой теории не могут прийти в понимание, это конечная цель компании. Ведь традиционный подход говорит, что главная цель – получение прибыли, тогда как подход соучастников опирается на то, что компания несет ответственность за все результаты своей деятельности, на какой бы сфере они не отражались. Соответственно, долгосрочное развитие бизнеса возможно, только когда интересы всех вовлеченных сторон пересекаются.

Поэтому последователи теории стейкхолдеров попытались связать два противоположных постулата. Они одновременно критически относятся к возведению интересов собственников в абсолют, но при этом предлагают, полностью оставаясь в рамках рыночной теории, теоретически обосновать необходимость этических норм поведения бизнеса. Несмотря на близость некоторых положения подхода к идеям социализма, ее приверженцы не ставят цели изменить сложившийся экономический уклад общества. Основным достижением теории можно считать формулирование реального механизма, позволяющего сделать бизнес более социально ответственным, не ущемляя интересы как его акционеров, так и экономики в целом.

Чтобы полно сформулировать место теории стейкхолдеров в современной экономической мысли, необходимо осветить различные течения в рамках самого подхода, так как по-прежнему теория не имеет четко обозначенных

границ. Под этим названием встречаются зачастую совершенно противоположные по своим выводам относительно роли и места бизнеса теории, которые объединяют некоторые общие идеи. Для корректной методологии необходимо обозначить ключевые положения, которые могут выделить теорию стейкхолдеров от других подходов.

### **Главные положения подхода**

Проведенный выше анализ основных теорий указывает, что исследователи исходят из понимания, что бизнес с этической точки зрения может использовать свои активы в любой разрешенной форме для любых целей, не ограничиваясь только интересами акционеров – это первое положение. Правда, важно сказать, что цели компании могут быть совершенно несхожи у разных последователей теории стейкхолдеров.

Второе положение касается справедливости в рамках теории и факта, что она может быть достигнута в условиях рыночной экономики.

В третьем положении признается необходимость широкого обобщения как групп соучастников, так и их интересов. При этом существует риск распыления ресурсов в реальной деятельности, поскольку четкого определения и характеристик этих групп в теории не существует. Однако за счет некоего обобщения до уровня групп интересов можно выделить ключевые тенденции и выработать модели для практического внедрения, не погружаясь в бесконечный процесс уточнения деталей.

Наконец, важно обозначить один момент. При рассуждении на тему социальной ответственности бизнеса всегда возникает вопрос о роли и месте бизнеса в конкретных экономических условиях конкретной страны. Зачастую самые убежденные сторонники одного из двух взглядов обвиняют других либо в крайнем капитализме, либо в желании построить социализм. Поэтому нужно отметить, что социальная вовлеченность бизнес-структур в большей степени зависит от имеющихся в данной стране условий как политических, так и экономических, которые задают определенные стандарты этического поведения в том числе и коммерческой сфере.

## **Практическое применение теоретических концепций**

Сопоставив рассмотренные теоретические модели и имеющийся общественный запрос, можно сделать вывод, что для исследователей сегодня главное создать такую модель, когда в рамках рыночной экономики бизнес может проводить программы социальной ответственности не в ущерб собственным акционерам.

В реальности, попытка учитывать интересы всех задействованных сторон приводит не к распылению ресурсов, а наоборот, повышает доходность бизнеса. Например, когда компания финансирует социальные программы, это становится дополнительной мотивацией для потребителя приобрести ее товары и услуги. На практике, персонал и поставщики компании более заинтересованы в стабильности ее работы, чем акционеры, особенно портфельные. Можно развить мысль, приведя пример высказывания Фримена о том, что компания должна производить качественные товары и услуги, необходимые потребителям, что подтолкнет их к приобретению. Также он говорил, что важно иметь поставщиков, которые заинтересованы в развитии вашего бизнеса, и не менее важно нанять такой креативный и эффективный персонал, который будет проявлять себя и желать быть частью компании. Еще, немаловажно выглядеть в глазах общественности своего рода «хорошим гражданином», тогда не будет необходимости в использовании политических механизмов для разрушения того, что было создано компанией. И наконец, компании необходимо создавать прибыль для инвесторов.

Таким образом, успех компании достигается только при учете интересов всех связанных с ней сторон. Акцент на максимизации прибыли – самый неэффективный из возможных подходов к менеджменту, который приводит к снижению конкурентоспособности и в среднесрочной перспективе бьет по главному интересу акционеров. А значит, необходимо выстраивать правильную стратегию бизнеса. Простое стремление удовлетворить интересы всех партнеров неизбежно влечет снижение эффективности и распыление ресурсов, на что и обращают внимание теоретики классического подхода устройства



бизнеса. Но можно сформулировать стратегию иначе, чтобы компания на средне- или долгосрочной перспективе в своей стратегии совпадала по интересам со своими партнерами. Такая идея является главным аргументом сторонников теории стейкхолдеров в споре со своими противниками, которые считают, что этот подход ведет к социализму. Фримен в данном вопросе считает, что такая стратегия и есть настоящим воплощением капитализма, в котором добавочная стоимость создается за счет объединения интересов различных партнеров (менеджеров, предпринимателей, инвесторов).

### **Заключение**

Подводя итог, можно сказать, что главная задача бизнеса по максимизации прибыли решается наиболее эффективно, если менеджмент компании заботится об интересах широкого круга партнеров. Таким образом и возможно решить противоречие между двумя изначальными теориями. Более того использование концепции стейкхолдеров выгодно компании, а значит акционеры могут не беспокоиться о том, что использование ресурсов неэффективно. Менеджмент, который ставит цель по выстраиванию выгодных отношений с партнерами, который создает достойные условия труда и поощряет инициативу и дает возможность карьерного роста, при этом контролирующей качество его товаров и услуг, в итоге показывает более высокий результат, чем менеджмент, нацеленный исключительно на максимизацию прибылей.

### **Библиографический список**

1. Бакан Дж. Корпорация. Патологическая гонка за прибылью и властью / пер. с англ. И.: Вильямс, 2007.
2. Коуз Р. Фирма, рынок и право / пер. с англ. М.: Новое издательство, 2007.
3. Фридмен М. Капитализм и свобода / пер. с англ. М.: Новое издательство, 2006.

4. Freeman R., Harrison J., Wick A., Parmar B., de Colle S. Stakeholder theory: the state of the art / R. Freeman, J. Harrison, A. Wick, B. Parmar, S. de Colle. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. P. 165.

5. Post J.E., Preston L.E., Sachs S. 2002. Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth. Stanford University Press.

### **References**

1. Bakan J. Corporation. Pathological race for profit and power / trans. with English. I: Williams, 2007.

2. Coase R. Firm, market and law / trans. with English. M.: New publishing house, 2007.

3. Fridman M. Capitalism and freedom / trans. with English. M.: New publishing house, 2006.

4. Freeman R., Harrison J., Wick A., Parmar B., de Colle S. Stakeholder theory: the state of the art / R. Freeman, J. Harrison, A. Wick, B. Parmar, S. de Colle. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. P. 165.

5. Post J.E., Preston L.E., Sachs S. 2002. Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth. Stanford University Press.