

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Т. П. Шевченко,
преподаватель

Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина

В статье рассматриваются особенности корпоративной социальной ответственности в международном бизнесе. Проанализированы подходы к определению корпоративной социальной ответственности различными экономическими школами.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, международный бизнес, экономическая школа, стратегия.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

У статті розглядаються особливості корпоративної соціальної відповідальності в міжнародному бізнесі. Проаналізовано підходи до визначення корпоративної соціальної відповідальності різними економічними школами.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, міжнародний бізнес, економічна школа, стратегія.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE INTERNATIONAL BUSINESS

The article considers the peculiarities of corporate social responsibility in international business. The approaches to the definition of corporate social responsibility are being analyzed by different economic schools.

Key words: corporate social responsibility, international business, economic school, strategy.

Постановка проблемы в общем виде. Актуальность темы исследования обусловлена возрастающей ролью корпоративной социальной ответственности в условиях глобализации и повышением влияния бизнеса на общество.

Анализ последних исследований и публикаций. Современные исследования опираются на фундаментальные труды по социальной ответственности бизнеса второй половины XX века таких авторов, как Г. Боуэн, К. Дэвис, М. Фридман, А. Кэррол и Э. Фримен, которые, в свою очередь, опираются на классические идеи, выдвинутые Дж. Локком, А. Смитом, М. Вебером, Ф. Найтом, Х. Ленком, Т. Парсонсом и др.

Среди отечественных авторов следует отметить труды М. А. Сапрыкиной, В. И. Сидорова, С. Е. Литовченко, Е. А. Довгаль, С. И. Архиреева и др.

Формулировка цели статьи. Сложившиеся подходы к анализу закономерностей и тенденций развития корпоративной социальной ответственности в системе современных рыночных отношений в условиях глобализации не дают четкого, однозначного представления этой проблемы в рамках международного бизнеса. Таким образом, целью данной статьи является выявление особенностей реализации корпоративной социальной ответственности в международном бизнесе.

Изложение основного материала. Мировой опыт доказывает, что социальная ответственность бизнеса приводит к росту уровня качества жизни населения, социально-экономического развития государства в целом. Главными преимуществами реализации корпоративной социальной ответственности (КСО) является минимизация негативного

влияния от деятельности предприятия, решение социальных и экологических проблем как на местном, так и на глобальном уровне. К тому же повышается прогнозируемость, стабильность и устойчивость среды, в которой функционирует социально ответственный бизнес. Для Украины проблема КСО играет очень важную роль в связи с переходом к социально ориентированной экономики, а также внешним вектором развития государства.

Украинский бизнес направляет все свои усилия на получение максимальной прибыли, интересы общества и потребителей играют второстепенную роль. Но следует отметить, что развитие международных отношений Украины и ее стремление к вступлению в европейское пространство требуют полного переосмысления принципов функционирования бизнеса.

Украине необходимо опереться на науку и интеллект, нетрадиционные для индустриальной экономики ресурсы, чтобы у нее появилась возможность догнать сегодняшний уровень экономического развития европейского общества [10, с. 118].

Концепция социальной ответственности становится стратегическим подходом к управлению и позволяет определить круг обязанностей компании, которые требуют постоянного совершенствования и развития. Украинские предприятия, которые приняли решение использовать КСО, получают преимущества не только внутри страны, но и достигают уровня международных бизнес-партнеров и конкурентов.

Вопросы КСО уже долгое время обсуждаются не только среди представителей бизнеса, но и среди ученых. Отдельные исследователи утверждают, что концепция «корпоративная социальная ответственность» получила распространение с 1953 г., а со вре-

менем, в соответствии с ростом компаний, становилась все более структурированной [9, с. 225]. Однако следует отметить, что и до этого времени представители различных экономических школ рассматривали особенности КСО.

Таким образом, представители классической политической экономии считают необходимым учитывать взаимосвязь между обществом и работниками, а также подчеркивают важность честных отношений между обществом и представителями бизнеса.

Карл Маркс как основатель марксизма весьма критично отзывается о таком инструменте КСО,

как «филантропия», считая её, как саму идею, нежизнеспособной.

Представитель неоклассической экономической теории Альфред Маршал в своей работе «Принципы политической экономии» говорит о взаимной связи между деятельностью предпринимателя и обществом в целом.

Джон Кейнс высказывает мнение, которое в общем не противоречит и представителям неоклассической, и классической экономической теории. Его идея состоит в том, чтобы возложить на предпринимателя некую ответственность перед обществом.

Таблица 1

Подходы к определению корпоративной социальной ответственности экономическими школами

Название экономической школы	Представитель	Подходы к определению КСО
Классическая политическая экономика конец XVIII –1-я пол. XIX вв.	Адам Смит (1723–1790)	Существуют три различные класса народа: тех, кто живет на ренту, тех, кто живет на заработную плату и тех, кто живет на прибыль с капитала. Интересы первого из этих трех главных классов тесно и неразрывно связаны с общими интересами общества. Все, что благоприятствует или вредит интересам первого, неизбежно благоприятствует или вредит интересам общества. Когда общество обсуждает вопросы регулирования торговли или экономической политики, собственники земли никоим образом не могут вводить его в заблуждение в целях благоприятствования интересам только своего класса, если они, конечно, хотя бы сколь-нибудь понимают эти свои интересы [11, с. 456].
Марксизм 2-я пол. XIX–XX вв.	Карл Маркс (1818–1883)	Требования лицемерной буржуазной филантропии сами себя уничтожают и, стало быть, как раз подтверждают то, что в обмене между рабочим и капиталом рабочий находится в отношении простого обращения и, следовательно, получает не богатство, а только жизненные средства, потребительные стоимости для непосредственного потребления [7, с. 456].
Неоклассическая экономическая теория конец XIX – начало XXI вв.	Альфред Маршалл (1842–1924)	Деятельность одного хозяйствующего субъекта оказывает влияние на деятельность других, минуя рыночные отношения. В результате, ухудшение состояния окружающей среды в процессе производства товара представляет собой издержки, которые не включаются в его цену, а перекладываются на всех лиц, «пользующихся» окружающей средой в регионе [8, с. 116].
Кейнсианство XX – начало XXI вв.	Джон Кейнс (1883–1946)	Действия индивидуума, посредством которых он обогащает себя, не беря как будто бы ничего у кого-либо другого, должны обогатить также и общество в целом [5, с. 34].
Институционализм XX – начало XXI вв.	Джон Гелбрейт (1908–2006)	Если с возникновением крупных корпораций появляется возможность широко навязывать их волю обществу – не только устанавливать цены и издержки, но и влиять на потребителей, организовывать поставки материалов и полуфабрикатов, мобилизовывать собственные накопления и капитал, проводить свою политику в отношении рабочей силы и оказывать воздействие на взгляды общества и деятельность государства, – тогда цели управляющих фирмой интеллектуалов, её технотруктуры приобретают колоссальное значение. Не рынок определяет эти цели. Они переступили границы рынка, используя его как инструмент, и становятся той колесницей, которой общество если и не приковано, то уж во всяком случае пристегнуто. Жадность одних, опираясь на шаткие мостики благотворительности, не служит более скупости других [4, с. 134].
Монетаризм XX – начало XXI вв.	Милтон Фридмен (1912–2006)	Все шире распространяется мнение, что на руководителях корпораций и профсоюзных лидерах лежит некая «социальная ответственность», помимо служения интересам их акционеров или членов юнионов. Это мнение изобличает глубоко неверное представление о характере и природе экономики. При такой экономике у бизнеса имеется одна и только одна социальная ответственность: использовать свои ресурсы и заниматься деятельностью, рассчитанной на увеличение своих прибылей, соблюдая при этом правила игры, т. е. участвуя в открытой и свободной конкуренции без обмана и мошенничества. Точно так же «социальная ответственность» профсоюзных лидеров состоит в служении интересам членов своих профсоюзов. Мало какое событие сможет подорвать сами основы свободного общества так же сильно, как принятие руководителем корпораций какой-либо социальной ответственности, кроме ответственности заработать своим акционерам как можно больше денег [14, с. 189].

Представитель институционализма, Джон Гелбрейт, в работе «Экономические теории и цели общества» поднимает вопрос повышения роли корпораций в жизни общества.

Один из наиболее известных авторов, сыгравший большую роль в становлении института КСО, Милтон Фридмен, в работе «Капитализм и свобода» заявил о том, что единственная ответственность, которую несет менеджер — это ответственность перед своими акционерами, которая заключается в увеличении прибыли.

Несмотря на устойчивый интерес науки к проблеме КСО, отечественные ученые так и не пришли к единому мнению относительно определения КСО.

Так, Н. А. Кричевский и С. Ф. Гончаров определяют КСО как систему добровольных взаимоотношений между работником, работодателем и обществом, направленную на совершенствование социально-трудовых отношений, поддержание социальной стабильности в трудовом коллективе и окружающем сообществе, развитие социальной и природоохранной деятельности на национальном и международном уровнях [6, с. 124].

П. П. Кравченко отмечает, что КСО — это совокупность обязательств, которые соответствуют специфике и уровню развития корпорации, такие, которые регулярно пересматриваются и динамично развиваются, добровольно и согласовано производятся с участием ключевых заинтересованных сторон. Они принимаются при участии мнений персонала и акционеров, которые выполняются в основном за счет средств корпорации, и нацелены на реализацию важных внутренних и внешних социальных программ, результаты которых содействуют развитию компании, улучшению ее репутации и имиджа, установлению корпоративной идентичности, развитию корпоративных брендов, а также расширению конструктивных партнерских связей с государством, деловыми партнерами, местными сообществами и гражданскими организациями [12].

В западных странах повышение актуальности темы КСО стало результатом углубления социальных проблем, которые значительная часть мирового сообщества увязала с развитием транснациональных компаний (ТНК).

Сегодня ТНК контролируют около 2/3 мировой торговли [13]. Благодаря своим финансовым возможностям они воздействуют на важнейшие процессы современной экономики. Однако такая степень влияния на экономику и общество должна также предполагать высокую степень ответственности за принимаемые решения. Весомым подтверждением выполнения каких-либо социальных обязательств является соблюдение стандартов и инструкций, действующих в этой области.

Так, например, Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) разработано Инструкции для мультинациональных компаний,

которые предлагают добровольные принципы и стандарты для ответственного поведения бизнеса в различных сферах, включая трудоустройство и промышленные отношения, права человека, окружающую среду, раскрытие информации, борьбу с коррупцией, интересы потребителей, науку и технологии, конкуренцию и налогообложение.

ОЭСР — организация, объединяющая 30 стран [2] — прежде всего является форумом, в рамках которого правительства стран-членов имеют возможность обсуждать, разрабатывать и совершенствовать экономическую и социальную политику. В его рамках они обмениваются опытом, ищут способы решения общих проблем и вырабатывают согласованную внутреннюю и внешнюю политику, которая в современном едином мире должна представлять собой все более плотную сеть единых наднациональных подходов к решению этих проблем.

Рекомендации ОЭСР для мультинациональных компаний [2].

Общие принципы:

- устойчивое развитие, соблюдение прав человека, мотивация к развитию местных мощностей.

Раскрытие:

- публикация годового отчета, раскрытие информации о социальных и экологических проблемах и т. д.

Трудовые и промышленные отношения:

- выполнение основных норм относительно условий труда, изданных Международной организацией труда (МОТ) и т. д.

Окружающая среда:

- установление систем экологического менеджмента, обеспечение прозрачной экологической отчетности, предупреждающий подход и т. д.

Борьба с коррупцией:

- отказ от взяток, прозрачность мероприятий по борьбе с взяточничеством и т. д.

Интересы потребителей:

- обеспечение честного бизнеса, практики маркетинга и рекламы, безопасность и качество продукции и услуг и т. д.

Наука и технологии:

- защита прав интеллектуальной собственности, передача ноу-хау.

Конкуренция:

- соблюдение правил честной конкуренции, избежание анти-конкурентных договоров и т. д.

Налогообложение:

- внесение средств в бюджет страны, соблюдение налогового законодательства и т. д.

В качестве примера может выступить The Coca-Cola Company [1], которая включает в ответственное гражданство сохранение природных ресурсов и охрану почвы, воды и климата, необходимого для поддержания жизни на земле. Так как компания рассматривает новые способы изменения ситуации в тех сообществах, где она осуществляет свою деятельность, The Coca-Cola Company признает свое

огромное социальное и экологическое влияние на сельскохозяйственную цепочку поставок компании.

Сельское хозяйство затрагивает жизнь миллионов людей. Оно играет важную роль в жизни общества, не только обеспечивая пропитанием, но и как необходимый для выживания человечества, но и как крупнейшая в мире промышленность и ее основной работодатель.

У The Coca-Cola Company нет собственных ферм, и поэтому у неё меньше возможности прямого контроля над сельскохозяйственной цепочкой поставок. Однако компания имеет значительные возможности в рамках такой цепочки для того, чтобы развивать и поощрять применение более устойчивых практик в пользу поставщиков, заказчиков и потребителей.

Через Руководящие Принципы по Устойчивому Сельскому хозяйству, компания просит своих поставщиков признавать и защищать права общин и местных жителей, чтобы сохранить доступ к земле и природным ресурсам. The Coca-Cola Company всячески содействует соблюдению Прав человека и Трудовых Прав фермерскими хозяйствами и работодателями на фермах, не зависимо от того, является ли работодатель владельцем такого фермерского хозяйства.

Украинские ТНК находятся на начальной стадии внедрения КСО в свою деятельность. Одним из ярчайших примеров отечественной социально ответственной корпорации является Группа СКМ. Несмотря на то, что социальные проекты Группы СКМ признаны лучшими в Украине в рамках

Национального конкурса бизнес-кейсов КСО-2011, а компания «ДТЭК», входящая в Группу СКМ, стала лидером рейтинга социально ответственных компаний 2013 года, социальная ответственность корпорации на внешних рынках остается на низком уровне.

Так, например, компания Метинвест, также входящая в Группу СКМ, участвует в программе Climate Action Всемирной ассоциации производителей стали (WSA), в рамках которой проводится исследование воздействия на окружающую среду металлургической отрасли. Данное исследование поможет определить приоритетные для металлургических компаний мероприятия и технологии, которые будут направлены на снижение выбросов парниковых газов [3].

Выводы по данному исследованию и перспективы дальнейших исследований в данном направлении. Таким образом, проанализировав практики реализации КСО в международном бизнесе, необходимо отметить достаточно низкий уровень вовлеченности в данный процесс отечественных корпораций. Причин такого явления несколько: недостаток опыта отечественных компаний в области КСО даже на местном уровне, отсутствие государственной поддержки, недостаток средств и т. д.

Дальнейшие исследования КСО в международном бизнесе имеют особое значение как для компаний, которые осуществляют КСО, так и для областей присутствия таких компаний. Распространение зарубежного опыта необходимо для развития отечественных компаний и облегчения их выхода на внешний рынок.

Список литературы

1. Официальный сайт The Coca-Cola Company [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.cocacola.com/stories/sustainable-agriculture-commitment>
2. Официальный сайт The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) [Электронный ресурс]. — Режим доступа : www.oecd.org/daf/investment/guidelines
3. Официальный сайт Группа СКМ [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.sustainability.scm.com.ua/ru/about_scm/
4. Гэлбрейт Джон Кеннет. Экономические теории и цели общества / Джон Кеннет Гэлбрейт. — М. : Прогресс, 1976. — 405 с.
5. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег : пер. с англ. / Дж. М. Кейнс ; общ. ред. и предисл. А. Г. Милейковский, И. М. Осадчей. — М. : Прогресс, 1978. — 494 с.
6. Кричевский Н. А. Корпоративная социальная ответственность / Н. А. Кричевский, С. Ф. Гончаров. — М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2007. — 216 с.
7. Маркс К. Сочинения. Т. 46. Ч. 1: Экономические рукописи 1857—1859 гг. / Карл Маркс, Фридрих Энгельс. — 2-е изд. — М. : Политиздат, 1968. — 559 с.
8. Маршалл А. Принципы политической экономии. Т. 2 / Альфред Маршалл. — М. : Прогресс, 1984. — 310 с.
9. Саприкіна М. А. Корпоративна соціальна відповідальність : моделі та управлінські практики : підручник / М. А. Саприкіна та ін. — К. : ТОВ «Фарбований лист», 2011. — 480 с.
10. Сидоров В. И. Единство традиций и инноваций в системе трудовой мотивации трансформационной экономики / В. И. Сидоров, Т. В. Тарасенко, Т. Е. Шедякова. — Х. : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2009. — 335 с.
11. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит ; пер. с англ. / науч. ред. П. Н. Ключин ; предисл. В. С. Афанасьев. — М. : ЭКСМО, 2007. — 957 с.
12. Соціальна відповідальність корпорации : матеріали 5-ї Всеукраїнської науково-практичної конференції [«Корпоративна культура організації 21-го століття»], (Краматорськ, 2007 рік) [Електронний ресурс] / П. П. Кравченко // Корпоративна культура організації 21-го століття. — 2007. — С. 26—31. — Режим доступу до журналу : <http://www.masters.donntu.edu.ua/2009/fvti/kravchenko/library/tez1.htm>
13. Трифонова И. В. Роль транснациональных корпораций в глобализации мировой экономики / И. В. Трифонова // Молодой ученый. — 2013. — № 9. — С. 243—245.
14. Фридман М. Капитализм и свобода / Мильтон Фридман. — 1982. — 280 с.