

УДК 332.025.12:330.131.5

Коваленко Є.В.

асистент кафедри економіки та бізнес-адміністрування
Сумського державного університету

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Досліджено теоретичне підґрунтя розвитку державного регулювання у сфері соціальної відповідальності бізнесу. Виявлено і проаналізовано причини залучення приватного сектору у розвиток корпоративної соціальної відповідальності. Здійснено порівняльний аналіз теоретичної бази концепції корпоративної соціальної відповідальності, зокрема концепції лоббі-коаліцій, теорії стейкхолдерів та інституційної теорії. Обґрунтовано, що форми і напрями державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності залежать від конституційних та інституційних характеристик окремих країн.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, бізнес, держава, суспільство, взаємодія, концепція лоббі-коаліцій, теорія стейкхолдерів, інституційна теорія.

Коваленко Е.В. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Исследованы теоретические основы развития государственного регулирования в сфере социальной ответственности бизнеса. Автором выявлен и проведен анализ причин вовлечения частного сектора в развитие корпоративной социальной ответственности. Осуществлен сравнительный анализ теоретической базы концепции корпоративной социальной ответственности, в частности концепции лобби-коалиций, теории стейкхолдеров и институциональной теории. Обосновано, что формы и направления государственного регулирования корпоративной социальной ответственности зависят от конституционных и институциональных характеристик отдельных стран.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, бизнес, государство, общество, взаимодействие, концепция лобби-коалиций, теория стейкхолдеров, институциональная теория.

Kovalenko Y.V. THEORETICAL BASES OF STATE REGULATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

The theoretical basis for the state regulation development in the sphere of corporate social responsibility was studied. The author identified and analyzed the reasons for the involvement of the private sector in the development of corporate social responsibility. The comparative analysis of the theoretical basis of the concept of corporate social responsibility was provided, in particular, the concept of a lobby coalitions stakeholder theory and institutional theory. It is proved that the shape and direction of state regulation of corporate social responsibility depends on the constitutional and institutional characteristics of certain countries.

Keywords: corporate social responsibility, business, state, society, interaction, Advocacy Coalition Framework, Stakeholder Theory, Institutional Theory.

Постановка проблеми. Приватний сектор поступово стає активним учасником розв'язання екологічних і соціальних проблем. Адміністративні і контролюючі механізми, які запроваджуються органами державної влади за принципом згори-донижу, доповнюються новими моделями спільного регулювання та саморегулювання. Готовність до участі у таких м'яких регулювальних механізмах вимагає від бізнесу розуміння того, що пасивна позиція буде перешкоджати налагодженню партнерських відносин із владою в процесі прийняття спільних рішень. Більше того, ініціативність приватного сектору у цій справі виконує подвійну функцію: по-перше, активна позиція бізнес-структур у вигляді запровадження спільного регулювання або саморегулювання є запорукою успішного маркетингу та зв'язків з громадськістю, створює умови захисту репутації бренду; по-друге, активна політика у значній мірі гарантує, що влада надалі не буде запроваджувати пряме регулювання. Ці дві причини запровадження КСВ мають оборонний характер. Проте існують ще позитивні чинники імплементації КСВ, які включають: зниження витрат, покращення довгострокової прибутковості, збільшення рівня прозорості і відповідальності менеджменту та чутливості до соціальних очікувань [1]. Усі перераховані вище причини розвитку КСВ є важливими не тільки для бізнесу, але й для держави в цілому, адже створюють умови для вирішення певних суспільних та екологічних проблем на мезо- та макрорівнях. Тому в останні десятиліття прослідковується чітка тенденція щодо запровадження державного регулювання КСВ у багатьох країнах світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі досліджуються різноманітні аспекти розвитку КСВ. Зокрема, фундаментальні теоретико-методологічні засади розвитку і регулювання соціальної відповідальності бізнесу розроблено у працях таких вчених, як М. Альбер, Г. Боуен, Дж. Грейсон, К. Девіс, А. Матіс, П. Дракер, А. Карр, А. Керолл, Ф. Котлер, М. Крамер, К. Левін, М. Портер, М. Фрідмен, Р. Фрімен, Ф. Хайєкта та ін. Теоретико-прикладні аспекти соціально-відповідальної поведінки підприємств України розроблені такими вітчизняними вченими, як В. Геець, О. Грішнова, Г. Захарчин, А. Колот, Н. Супрун, О. Харчишина, А. Чухно.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з тим недостатньо дослідженими залишаються теоретико-методологічні проблеми державного регулювання розвитку соціальної відповідальності бізнесу. Це питання є особливо важливим з огляду на те, що в Україні на відміну від більшості країн світу відсутній державний механізм управління соціальною відповідальністю.

Мета статті полягає у систематизації теоретичних засад державного регулювання розвитку соціальної відповідальності бізнесу, а також огляді проблем і обмежень, які виникають у процесі застосування цих теорій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна концепція КСВ змінює взаємодію учасників соціально-економічних відносин, що потенційно призводить до появи відмінностей у сприйнятті та їх поведінці. Цей процес зміни ролей, сприйняття і поведінки може бути теоретично описаний як готов-

ність уряду і бізнесу бути залученими до спільного і саморегулювання. Зміна сприйняття ролей учасників (представників публічного і приватного секторів) може бути стимульована з двох боків: мотиви до залучення у КСВ-діяльність можуть вплинути на сприйняття ролі учасником і друге – зміна взаємодії між публічним та приватним секторами може стимулювати зміни ролей у процесі взаємодії. Більше того, успішний досвід щодо зміни моделей взаємодії може вплинути на систему переконань учасників, призвести до утворення петлі позитивного зворотного зв'язку. У випадку, якщо учасники взаємодії одержують негативний досвід, то зміни не відбуватимуться і учасники продовжуватимуть використовувати старі підходи до вирішення проблем.

Існуюча система переконань визначає сприйняття ролей учасниками. Відомо, що учасники з відкритою, підтримуваною системою переконань стосовно політики і тактики КСВ мають кращі позитивні та інструментальні мотиви до участі у КСВ-діяльності і показують вищий рівень здійснення КСВ, що, в свою чергу, призводить до змін взаємодії між приватною та публічною сферами. Підвищення рівня здійснення КСВ призводить до якісних змін у взаємодії публічного і приватного секторів, що надалі веде до більшого залучення підприємств до КСВ-діяльності завдяки розширенню використання м'яких і гнучких механізмів державного впливу.

Вважаємо, що аналіз теоретичного підґрунтя державного регулювання КСВ слід розпочинати з вивчення мотивів залучення організацій до соціально відповідальної діяльності. Основою теоретичної бази цього напрямку є: теорія раціональних виборів, соціальний конструктивізм, групові підходи, соціально-економічні підходи і низка когнітивних теорій [2; 3].

Раціональний вибір може бути описаний як діяльність, орієнтована на досягнення цілей з метою максимізації або оптимізації інтересів і преференцій певних сторін. Агенти є центром цієї теорії і поведяться у більш чи менш раціональний спосіб. Соціальний конструктивізм відрізняється від теорії раціонального вибору тим, що наголошує на поведінці, яка керується правилами. Правила, норми і обмеження представлені у соціальному середовищі кожного із учасників соціальних відносин. Зазвичай у літературі з соціального конструктивізму наголошується на перевазі структури над агентськими відносинами.

Когнітивні теорії наголошують на перевазі агентських відносин над структурою, але ця перевага не є раціональною і спрямованою на максимізацію цілі, як у теорії раціонального вибору. Так, особисті цінності і система переконань переважають над інституційною лояльністю і запитами. Ідеї формують інтереси учасників, але залежність між інтересами і ідеями є взаємною, тому жодна з цих категорій не домінує [3]. Іншими словами, спосіб, у який учасники формують свої інтереси, знаходиться під впливом ідей, але ідеї не є ідентичними, додатковими або менш важливими, ніж інтереси. Ідеї знаходяться у тісній взаємодії з системою переконань учасників, яка, в свою чергу, є вирішальною для ідентифікації їх інтересів. Компанії, звичайно, мають власні системи переконань щодо тих питань, з яких вони вступають у взаємодію з публічним сектором та іншими учасниками. Теж саме працює для неурядових та урядових організацій. Мотиви учасників здійснювати КСВ можуть бути різними, але повинен бути певний рівень кореляції між системою переконань учасника та його поведінкою. Поведінка поєднується з системою переконань, що, в свою чергу, впливає на мотиви учасників займатися КСВ.

Аргументована раціональність змушує учасників постійно піддавати сумніву свої переваги і позиції. Учасники, які використовують логіку аргументованої раціональності, демонструють правильну поведінку і намагаються досягти обґрунтованого консенсусу [2]. Щодо КСВ, ідея Т. Ріссе виглядає наступним чином: компанія відмовиться від виробництва, якщо в результаті буде забруднюватись навколишнє середовище. Це може бути підтверджене на основі трьох теорій. Відповідно до теорії раціонального вибору, компанія досліджує, наскільки шкідливі забруднення впливають на формування доходів і витрат, шукає потенційного заміщення та детально вивчає споріднені проблеми, пов'язані з репутацією та судовими витратами. Якщо компанія не готова ризикувати, то вона зупинить виробництво. Відповідно до теорії соціального конструктивізму, компанія зупиняється, тому що вона має так зробити як відповідальний партнер суспільства. Когнітивна теорія стверджує, що компанія зустрічається з конфліктом: з одного боку, захоче одержати так багато прибутку, як зможе, адже стейкхолдери очікують на це; з іншого – знає на основі останніх досліджень, що продовження виробництва збільшить забруднення середовища і значно вплине на суспільство. Як результат, компанія призупинить небезпечне для зовнішнього середовища виробництво.

Існує низка причин, які спонукають компанії займатися КСВ. Соціально відповідальна діяльність дає бізнесу такі переваги: покращує менеджмент у ризикових і кризових ситуаціях; підвищує відданість персоналу; покращує фінансовий стан підприємства та сприяє зниженню витрат; позитивно впливає на збільшення вартості бренду та репутації компанії; сприяє встановленню хороших стосунків з владою та громадою; забезпечує довгострокову віддачу від інвестицій; створює довгострокову стабільність на основі прозорого та відповідального менеджменту, чутливого до очікувань громади [4].

Той факт, що сучасна концепція КСВ тягнє до бізнес-орієнтованого підходу, створює підстави для додаткових підозр з боку її критиків. Критичні зауваження лежать в основному в практичній площині і надходять від екологічних та соціальних громадських організацій, а також від профспілок і організацій із захисту прав споживачів. Головними аргументами проти КСВ є наступні: КСВ не поважає юридичні особливості певних типів бізнес-організацій (наприклад, витрати на КСВ можуть здійснюватись без згоди акціонерів компанії); КСВ є гарним доповненням бізнесу в хороші часи, але у проблемний період КСВ-діяльність є зайвою і недоступною; головними функціями бізнесу є виробництво товарів і створення прибутку, а не вирішення соціальних проблем (яке має здійснюватись окремим індивідом, суспільством і урядом), тому соціальна відповідальність має бути покладена на інших учасників, наприклад, уряд; бізнесу не можна доручати вирішення соціальних проблем, тому що йому не вистачає досвіду; участь у соціальних програмах надає бізнесу забагато влади.

Крім того, існує низка моральних причин, з яких бізнес зобов'язаний бути соціально відповідальним: корпорації спричиняють соціальні проблеми, а тому повинні допомагати їх вирішувати та попереджати виникнення наступних проблем; корпорації, як впливові учасники, що контролюють важливі ресурси, повинні використовувати свою владу і ресурси відповідально; усі види діяльності корпорації мають соціальний вплив, а тому не можуть уникнути відповідальності за нього незалежно від того, є він пози-

тивним або негативним; корпорації покладаються на встановлення партнерських відносин з широким колом стейкхолдерів (споживачі, постачальники, місцева громада), а тому повинні враховувати їхні інтереси і цілі [5, с. 42]. Також мають місце етичні міркування залучення бізнесу до КСВ, і це тісно пов'язане з моральними причинами. Етична відповідальність може бути визначена як відповідальність робити те, що правильно і чесно навіть у випадках, якщо цього не вимагає закон [5, с. 44].

Отже, мотиви залучення бізнесу до соціально відповідальної можуть бути згруповані наступним чином:

- інструментальні причини: компанії вбачають користь від КСВ-діяльності як можливість збільшити конкурентні переваги бізнесу;
- моральні причини: етичні та альтруїстичні мотиви;
- легітимні причини: через вимоги фінансового сектору, а також через ризик втрати репутації бренду;
- політичні причини: КСВ розглядається як інструмент отримання кращого доступу до суспільної влади і покращання реалізації бізнес-інтересів у політичній сфері.

Основними концепціями, у рамках яких досліджується КСВ, є концепція лоббі-коаліцій, теорія стейкхолдерів і інституційна теорія. Згідно концепції лоббі-коаліцій, схожі системи переконань учасників призводять до утворення коаліції. Наприклад, стейкхолдери, чії системи переконань є близькими і знаходяться на одній лінії з системою переконань корпорації, повинні формувати такий тип коаліції з корпорацією, який дає кращий доступ до інформації та більший вплив на прийняття рішень. Інші стейкхолдери з відмінною системою переконань формують іншу, опозиційну коаліцію. Система переконань учасників визначає їхню поведінку та як вони взаємодіють з іншими учасниками, а також із структурним середовищем загалом.

Управління стейкхолдерами є ключовим концептом КСВ. Бізнес має багато зобов'язань, і інтереси всіх стейкхолдерів мають бути взяті до уваги [6, с. 46]. Коли компанія вирішує активно управляти інтересами зацікавлених сторін, то ми говоримо про менеджмент стейкхолдерів. Група стейкхолдерів зазвичай включає в себе споживачів, інвесторів, постачальників, конкурентів, медіа, неурядові організації, працівників, громади, публічну владу. Головною метою менеджменту стейкхолдерів є відкритий діалог із зацікавленими сторонами, які впливають на бізнес компанії або можуть чинити на неї тиск.

Компанії можуть обирати різні моделі взаємодії із зацікавленими сторонами в залежності від особливостей кожної із чотирьох основних групи стейкхолдерів [5; 7]. Але з точки зору КСВ найбільш прийнятною є двостороння модель взаємодії між компанією та конкретною групою стейкхолдерів та сітьова модель, яка передбачає також двосторонню взаємодію стейкхолдерів між собою.

Активний менеджмент стейкхолдерів або діалог компанії має подвійну функцію: з одного боку, це надає компанії важливу інформацію, яка слугує широкоюекранним радаром, що допомагає визначити потенційні можливості та/або проблеми. З іншого боку, активний та відкритий діалог забезпечує зовнішніх стейкхолдерів більшим та кращим доступом до інформації про наміри компанії, тобто створює умови для кращої позиції за столом переговорів.

Ідеально менеджмент стейкхолдерів має включати в себе всіх стейкхолдерів, на яких впливає бізнес. Активний менеджмент стейкхолдерів повинен призводити до кращих стосунків із компаніями та публічною владою, що має підвищити можливості впливу компанії на загальний процес розробки економічної політики.

Другий ключовий концепт у прямому впливі на взаємодію між публічним та приватним секторами – це потрібний звіт компанії: в розрізі економічних, екологічних та соціальних результатів діяльності. Така потрібна звітність має призводити до більшої прозорості та підзвітності, збільшує довіру до компанії, зміцнює ділові відносини та підвищує готовність бізнесу до роботи на інших ринках [8].

Інституційна теорія вивчає, які фактори впливають на вибір політичних інструментів у сфері КСВ. Різний інституційний політико-економічний контекст впливає на впровадження і розповсюдження КСВ у приватному секторі. Інституційне середовище розглядається як певна необхідна умова для здійсненості і успіху КСВ-політики. Інституційні фактори, які впливають на КСВ, включають рівень довіри із суспільством, політичну культуру і традиції реалізації політики, конституційний устрій [9; 10]. Зазначені інституційні фактори у певній мірі відповідають зовнішнім, пов'язаним з ними стабільним параметрам (базовий розподіл ресурсів, фундаментальні соціокультурні цінності, соціальна структура, базова конституційна структура) [11].

Рівень довіри у суспільстві є надзвичайно важливим для імплементації КСВ. Інтегральною складовою сучасної концепції КСВ є зміна ролей і відповідальності учасників, що є неможливим без високого рівня взаємної довіри. Відносно КСВ на державному рівні існують різні типи регуляції: спільна регуляція, самостійна регуляція та інші форми кооперативних схем. Всі ці форми управління вимагають певного рівня довіри у суспільстві. Перехід з прямого регулювання на горизонтальний тип вимагає значних змін від причетних учасників з обох сторін. Важливою передумовою для успіху КСВ і пов'язаних підходів і політичних інструментів є рівень довіри між релевантними учасниками, але також і всередині суспільства загалом. У країні, для якої характерний низький рівень довіри між людьми та довіри до інституцій, є більш вірогідним виникнення проблем з регулюванням на макрорівні КСВ-політики, ніж у країні з вищим рівнем довіри.

Однією з причин, чому рівень довіри настільки важливий для політики КСВ, це те, що довіра допомагає укладати добровільні угоди, які забезпечують інформацією і здійснюють моніторинг законів, підсилюють права та правила, які застосовують санкції проти порушників закону і захищають меншини. До того ж вищий рівень довіри полегшує прозору діяльність компаній та створює умови для потенційного залучення до співпраці неурядових організацій або інших соціальних учасників.

Важливе значення для імплементації КСВ мають конституційні та інституційні характеристики країни: встановлення політичної системи і інституцій, організація економічної системи, репрезентація інтересу (плюралістичний/корпоративний), організація діяльності з повагою до влади та прийняття рішень (федералізм/централізм) [12]. Інституційна структура країни може мати прямий вплив на запровадження КСВ компаніями та взаємодію з публічним сектором.

Термін «політична культура» як «ставлення до політичної системи і її різних сторін і ставлення до ролі себе у системі» [13, с. 13] має важливе значення для впровадження КСВ. Т. Бергер зазначає, що «інституції і культура існують у взаємозалежних стосунках, кожен покладається на іншого» [14, с. 11–12].

Концепція культури має три важливі характеристики: по-перше, культура є видимою через власність певної спільності людей більше, ніж через власність окремих індивідів, які входять до групи; по-друге, усі культури є принципово відмінними, культура однієї групи не може бути ідентичною культурі іншої; по-третє, культури є відносно стабільними, особливо якщо порівнювати її з матеріальними умовами. Політичні культури і традиції країн у сенсі надання переваг певному стилю ведення переговорів і укладання угод як складових формування політики є важливими для вивчення впливу КСВ на моделі взаємодії у визначеному секторі економіки.

Висновки. Теоретичне підґрунтя розвитку державного регулювання у сфері соціальної відповідальності бізнесу включає низку теорій, які пояснюють поведінку окремих агентів у суспільстві, та теорій, які обґрунтовують взаємодію приватного і публічного секторів у процесі формування політики і прийняття рішень. Причини залучення приватного сектору у розвиток корпоративної соціальної відповідальності можна класифікувати за такими групами, як інструментальні, моральні, легітимні та політичні. Аналіз теоретичної бази взаємодії приватного і публічного секторів у напрямі розвитку корпоративної соціальної відповідальності показав, що найбільш вагомими теоріями у цьому напрямі є концепція лоббі-коаліцій, теорія стейкхолдерів та інституційна теорія, а форми і напрями державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності залежать від конституційних та інституційних характеристик окремих країн.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Харчишина О.В. Corporate social responsibility of SMEs / О.В. Харчишина // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2014_2_58.pdf.
2. Risse T. Constructivism and International Institutions: Toward Conversations across Paradigms. In: I. Katznelson, H.V. Milner (eds.) Political Science. State of the Discipline. W. W. Norton & Company, Inc.: New York. – 2002.
3. John P. Analyzing Public Policy. – Continuum: London. – 2002.
4. Business for Social Responsibility. Taking the Temperature of CSR Leaders. A survey of global CSR leaders by Business for Social Responsibility and the Dutch Ministry of Economic Affairs [Electronic resource] / www.bsr.org/Meta/BSRleaders_survey.pdf.
5. Crane A., Matten D. Business Ethics: A European Perspective. – Oxford University Press: Oxford. – 2004.
6. Freeman R. Strategic Management: A Stakeholder Approach. – Pitman: Boston. – 1984.
7. Rowley T. Moving beyond dyadic ties: a network theory of stakeholder influences. – Academy of Management Review. – 1997. – 22(4). – P. 887–910.
8. Воробей В., Журовська І. Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу / В. Воробей, І. Журовська. – К. : Інжиніринг, 2010. – 80 с.
9. Knill C., Lenschow A. On deficient implementation and deficient theories: the need for an institutional perspective in implementation research // C. Knill, A. Lenschow (eds.) Implementing EU environmental policy. New direction sand old problems. – Manchester University Press: Manchester. – 2000.
10. Börzel T. Improving compliance through domestic mobilisation? New instruments and effectiveness of implementation in Spain // C. Knill, A. Lenschow (eds.) Implementing EU environmental policy. New directions and old problems. – Manchester University Press: Manchester. – 2000.
11. Sabatier P., Jenkins-Smith H. The Advocacy Coalition Framework. An Assessment // P.A. Sabatier (ed.) Theories of the Policy Process. – West view Press: Boulder. – 1999.
12. Lijphart A. Patterns of Democracy. Government Form sand Performance in Thirty-Six Countries. – Yale University Press: London. – 1999.
13. Almond G., Verba S. The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations. – Princeton University Press: Princeton, New York. – 1963.
14. Berger T. Cultures of Anti militarism: National Security in Germany and Japan. – Johns Hopkins University Press: Baltimore, Md. – 1998.