

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

И.Н. САРАЕВА, к.филос.н., с.н.с.

Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины (г.Одесса)

К ПРОБЛЕМЕ ПОСТРОЕНИЯ СТЕЙКХОЛДЕРСКОЙ МОДЕЛИ МАЛОГО БИЗНЕСА

В условиях прогрессирующего усложнения и роста неопределенности глобальной рыночной среды эффективность коммерческой деятельности предпринимательских структур, в частности, малого бизнеса, во многом зависит от способности руководства правильно оценивать возникающие рыночные ситуации и принимать адекватные им стратегические решения. Такие решения могут быть оптимальными только при условии системного анализа максимального количества факторов окружающей среды, оказывающих влияние на бизнес-процессы предприятия, и наиболее полного учета интересов всех заинтересованных лиц – стейкхолдеров предприятия. Английский термин «stakeholder», в интерпретации «заинтересованные лица, или «соучастники», а также группы, без поддержки которых предприятие не может существовать, впервые появился во внутреннем меморандуме Стэнфордского исследовательского института в 1963 г., а стейкхолдерская концепция фирмы впервые достаточно полно была изложена в 1984 г. в книге Р. Фримана «Стратегический менеджмент: стейкхолдерский подход» [14]. Именно Р. Фриман ввел наиболее широко распространенное понятие «stakeholder» как «любой группы или индивида, которые могут повлиять или на которые влияет достижение целей организации» [14, С.46]. Согласно предложенной концепции, менеджмент фирмы должен регулировать взаимоотношения и учитывать интересы групп или отдельных индивидов, в значительной степени влияющих на функционирование предприятия или оказывающихся в зоне его непосредственного или косвенного влияния.

Стейкхолдерская концепция фирмы получила в последнее время признание и развитие в связи с распространением в мире идеологии социальной ответственности бизнеса в корпоративной среде. Под социальной ответственностью понимается деятельность компаний по трем «корзинам» ответственности: экономической (качество, безопасность продукции и услуг, а также их физическая и ценовая доступность), экологической (снижение вред-

ных выбросов и других нагрузок на окружающую среду) и социальной (развитие собственного коллектива и внешние социальные проекты, включая благотворительность).

Основы этой идеологии изложены в новой редакции международного стандарта АА 1000, имеющая обозначение АА 1000 SES (Stakeholders Engagement Standard, стандарт взаимодействия со стейкхолдерами, группами влияния или участниками коалиции) [8, С. 82], еще более четко ориентированная на повышение эффективности взаимодействия с этими заинтересованными сторонами (стейкхолдерами), основной состав которых может быть определен следующим образом:

- инвесторы, вкладывающие в компанию свой капитал с определенной долей риска в целях получения дохода;
- кредиторы, временно предоставляющие фирме заем в обмен на некоторый заранее установленный доход;
- менеджеры фирмы;
- сотрудники фирмы, заинтересованные в получении информации о способности фирмы своевременно выплачивать зарплату, производить иные предусмотренные действующими правилами, трудовыми и коллективными договорами выплаты;
- поставщики, рассчитывающие на информацию, позволяющую им определить, будут ли своевременно осуществлены фирмой причитающиеся им выплаты;
- потребители (клиенты предприятия), рассчитывающие на стабильность поставок, высокое качество продукции и надлежащую ответственность фирмы, опирающиеся на финансовую респектабельность, устойчивость и надежность фирмы;
- общественные и государственные организации, поскольку от успешного функционирования предприятия зависит экономическое благосостояние региона.

Со времен Фримана стейкхолдерская концепция фирмы получила дальнейшее раз-

© И.Н. Сараева, 2010

витие во многих работах западных и, в последнее время, российских ученых. Как отмечается в работе В. Л. Тамбовцева [9], стейкхолдерская теория фирмы «...имеет как минимум три измерения: дескриптивное, описывающее и объясняющее реальное поведение корпораций, менеджмент которых стремится реализовать более широкий круг целей, нежели только максимизацию богатства владельцев фирм; инструментальное, показывающее и анализирующее, с помощью каких средств и методов менеджмент реализует эти более широкие цели; нормативное, обосновывающее, почему менеджмент должен на практике осуществлять учет интересов стейкхолдеров» [9, С. 6]. Эта теория получила широкое распространение в научных кругах, что выражается в постоянном росте количества и качества публикаций [1]. Среди наиболее значимых работ по этой проблематике, кроме уже указанных, следует отметить работы R. Mitchell [12-13; 15], предложившего модель идентификации значимости заинтересованных сторон и T. Rowley [17], построившего балансовую модель ресурсных отношений на основе сетевого представления заинтересованных сторон, а также работу М. А. Петрова [7], осуществившего эмпирическую проверку практической применимости этой концепции. В литературе [5, 15] достаточно хорошо описан инструментальный анализ стейкхолдеров на объективном уровне: разделение на внутренних и внешних стейкхолдеров, первичных и вторичных, матрицы «влияние-интерес» и т.д.

Следует отметить, что в рамках стейкхолдерской концепции исследуются взаимоотношения между группами и индивидами, заинтересованными в деятельности конкретной фирмы, однако тип самой фирмы, как правило, не уточняется, различаются только бизнес-процессы и их результаты. Неявно подразумевается, что это может быть любая фирма (корпорация, организация, предприятие, коммерческая или предпринимательская структура). Однако, преимущественно в этой теории анализируются проблемы взаимоотношений корпоративных структур и их менеджмента со своими стейкхолдерами.

Вместе с тем вполне закономерно постановка вопроса о применимости стейкхолдерской концепции к другим предпринимательским структурам, в частности, к предприятиям малого бизнеса. Актуальность такого исследования определяется значимостью сектора малого предпринимательства в современной ры-

ночной экономике. Так, например, 92,7% от всех субъектов предпринимательской деятельности на Украине в 2008 г. составляли малые предприятия [3, С.239].

Целью настоящей статьи является изучение возможности адаптации стейкхолдерской концепции фирмы для субъектов малого бизнеса и анализ специфических особенностей функционирования малого бизнеса в свете этой концепции, связанных с характером собственности, типом управления и ключевым набором стейкхолдеров.

Основным отличием малого предприятия от корпоративной структуры является его размер и совмещение функций собственника и топ-менеджера в одном лице¹. Таким образом, следуя классификации, приведенной в работе [6, С. 151], для малого предприятия понятие «собственник» понимается в смысле хозяин (собственник+менеджер), предприниматель (учредитель, автор инновационной идеи, которая имеет рыночный потенциал и может приносить прибыль), лидер (собственник+стратег) и «грюндер» (учредитель – физическое лицо, основавшее предприятие [11]). Как правило, согласно этой классификации, владелец малого предприятия является и капиталистом (понимаемым как поставщик первоначального или дополнительного капитала, лицо, инвестирующее капитал в доходные активы с целью получения отдачи на инвестированный капитал при допустимой норме риска) [6, С. 153].

Для субъектов малого бизнеса снимается ряд проблем, с которыми сталкиваются корпоративные структуры, например, базовая проблема разделения прав собственности и контроля, урегулирование взаимоотношений акционеров, собственников и топ-менеджмента и др.

Ключевыми стейкхолдерами для малого бизнеса являются: семья, покупатели (клиенты), поставщики, деловые партнеры, инвесторы (банки, кредитные общества, микрофинансирование, ломбарды, некоммерческое кредитование, ростовщики, семейные и неформальные инвесторы), государственные органы (налоговые, регистрационные, лицензирования и др.), местные органы власти, конкуренты, СМИ, аналитические и консультационные фирмы, криминальные структуры, обществен-

¹ Разумеется, среди малых предприятий встречаются и исключения в этом аспекте, но за неимением соответствующей статистики в данной статье они не рассматриваются

ные организации.

Согласно модели идентификации значимости заинтересованных сторон Р. Митчела, представленной на рис. 1 [15, С.874], государство для малого бизнеса является ключевым

стейкхолдером и относится к категорической группе (власть + законность + срочность) или доминирующей (власть + срочность, но незаконность). Последняя ситуация характерна при реализации коррупционных схем.



Рис. 1. Модель идентификации значимости заинтересованных сторон

Ключевые стейкхолдеры могут быть для малого бизнеса как средством получения прибыли и ресурсов, так и источником рисков и дополнительных транзакционных издержек.

Взаимоотношения между малыми предприятиями и стейкхолдерами можно представить в виде схемы (Рис. 2).



Рис. 2. Обобщенная схема взаимоотношений малого бизнеса и ключевых стейкхолдеров

Следуя терминологии, используемой в [10], государство для малого бизнеса попадает в область прямого влияния, которое не подчиняется и не контролируется владельцем малого бизнеса, но с которым можно выстраивать некоторые стратегии. Как показали уроки глобального экономического кризиса, государство, наряду с финансовыми структурами, является основным источником рисков для бизнеса (политических, инфляционных, институциональных и пр.).

В пятерку наиболее рискообразующих факторов для ведения бизнеса в нашей стране в условиях кризиса, по оценкам экспертов Всемирного Экономического Форума [18, С. 314], входят: политическая нестабильность, усложненный доступ к финансированию, коррупция и сложность налогового администрирования. В последнем рейтинге Всемирного Банка «Paying Taxes 2010» [16], украинская система налогообложения была признана одной из самых обременительных в мире. Предпринимателям в Украине приходится платить 147 налогов и сборов и тратить на это более 736 часов. В рейтинге налоговых систем Украина заняла 181 место из 183 стран.

Результаты последних исследований Международной Финансовой корпорации [2] показывают, что общая стоимость соблюдения налогового законодательства для всех активных частных предприятий (включая другие затраты, связанные с налогообложением) составляет почти 7,4 млрд. грн., то есть около 1%

ВВП Украины 2007 года. Причем малые предприятия вынуждены тратить в среднем 8% своего годового дохода на соблюдение налогового законодательства, в то время, как аналогичные затраты крупного бизнеса составляют лишь 0,07% их доходов. Кроме того, на прохождение лишь трех регуляторных процедур (получение разрешений, проверки и процедуры технического регулирования) предприниматели и предприятия Украины в 2008 году потратили в целом 8,2 млрд. грн. [4, С. 20]. Таким образом, самые большие угрозы для развития малого бизнеса на Украине представляют риски, связанные с несовершенством институционального среды и регуляторной политикой государства.

Другие стейкхолдеры также могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на субъекты малого бизнеса и наоборот. Например, для кредитора существует риск невозврата кредита, а для покупателя – ценовые риски (повышение стоимости товаров) и риски качества продукции. Для оценки совокупного уровня влияния заинтересованных сторон на субъект малого бизнеса можно построить таблицу оценки по показателям: уровня риска, ресурсов, транзакционные издержки, которые придется заплатить предприятию из-за данного стейкхолдера, степени влияния, силы поддержки/противодействия конкретного стейкхолдера и возможности владельца малого бизнеса влиять на того или иного стейкхолдера (Табл. 1).

Таблица 1

Оценка влияния стейкхолдерского окружения на субъекты малого бизнеса

Стейкхолдеры	Риски	Вероятность возникновения	Возможный ущерб	Ресурсы	Степень полезности	Транзакционные издержки	Оценка (в % к доходу)	Сила поддержки/противодействия	Сила влияния	Возможность влияния на стейкхолдера
№1										
№2										
...										

Адаптация стейкхолдерской концепции к субъектам малого бизнеса позволяет построить

модель взаимоотношений малого предприятия со всеми заинтересованными сторонами, при-

чем такая модель будет значительно проще и нагляднее, чем аналогичные модели для корпоративных структур. Поскольку государство является ключевым стейкхолдером малого бизнеса, от которого фактически зависит само существование этого бизнеса, то инструменты теории заинтересованных сторон (таблицы, оценивающие влияние стейкхолдеров на бизнес, таблицы интересов, карты заинтересованных сторон, матрицы «поддержка – сила влияния» [10] и пр.) могут быть использованы для разработки и корректировки программ поддержки малого бизнеса и формирования инфраструктуры развития малого предпринимательства на разных уровнях.

Литература

1. Благов Ю. В. Бизнес и общество : новая парадигма исследований // Российский журнал менеджмента. – 2003. – №2. – С.151-159.
2. Вартість дотримання податкового законодавства в Україні. – К. : МФК, 2009. – 251 с.
3. Діяльність підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності. Статистичний збірник, 2008 / За ред. І. М. Жук. – К. : Держкомстат України, 2008. – 327 с.
4. Інвестиційний клімат в Україні, яким його бачить бізнес. – К. : МФК, 2009. – 223 с.
5. Клиланд Д. Управление заинтересованными сторонами в проекте. В кн.: «Управление проектами» /Под ред. Дж. К. Пинто. – М.: Питер, 2004.
6. Королев В. А. Российский собственник (бизнесмен) на 20-летнем горизонте : структура собственности, роль семьи и корпоративное управление // Российский журнал менеджмента. – 2007. – 5(3). – С.145–174.
7. Петров М.А. Теория заинтересованных сторон: пути практического применения. – СПб. : Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент, 2004. – С. 51-68.
8. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності /Кол. автор. : Лазоренко О., Колишко Р., та ін. – К.: Видавництво «Енергія», 2008. – 96 с.
9. Тамбовцев В. Л. Стейкхолдерская теория фирмы в свете режимов собственности // Российский журнал менеджмента, Том 6. – 2008. – № 3. – С. 3–26.
10. Фурта С., Соломатина Т. Кому нужен ваш бизнес. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.e-executive.ru/knowledge/announcement/1283052/>
11. Яковлев А. А., Данилов Ю. А. Российская корпорация на 20-летнем горизонте: структура собственности, роль государства и корпоративное финансирование // Российский журнал менеджмента. – 2007. – 5(1). – С. 3-34.
12. Agle B. R., Donaldson T., Freeman R. E., Jensen M. C., Mitchell R. K., Wood D. J.. Dialogue : Toward superior stakeholder theory // Business Ethics Quarterly. – 2008. – Vol.18, N2. – P .153-190.
13. Agle B. R., Mitchell R. K., Sonenfeld J. A. Who Matters to CEOs? An Investigation of Stakeholder Attributes and Salience? Corporative Performance and CEO Values // Academy of Management Journal. – 1999. – Vol.42, N5. – P. 507-525.
14. Freeman R. E. Strategic Management : A Stakeholder Approach. – London : PitmanPublishing, 1984.
15. Mitchell R. K., Agle B. R., Wood D. J. Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts // Academy of Management Review. – 1997. – Vol.22, N4 – P. 853-886.
16. Paying Taxes 2010. The Global Picture. – The World Bank&PricewaterhouseCooper LLP,UK, 2010. – 115 p. – [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.doingbusiness.org/documents/FullReport/2010/Paying-Taxes-2010.pdf>
17. Rowley T. J. Moving beyond Dyadic Ties : a Network Theory of Stakeholder Influences // Academy of Management Review. – 1997. – Vol.22, N4. – P. 887-910.
18. The Global Competitiveness Report 2009-2010. – Geneva, Switzerland: World Economic Forum, 2009. – 479 p.

Статья поступила в редакцию 15.05.2010