

РОЛЬ СТЕЙКХОЛДЕРІВ У ЗАПРОВАДЖЕННІ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Д. О. Смоленніков, асистент кафедри управління

Сумський державний університет,

вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна

У статті визначено роль стейкхолдерів у запровадженні екологічної відповідальності підприємств. Наведено перелік основних зацікавлених осіб та визначено взаємозв'язки між ними.

Ключові слова: екологічна відповідальність, екологічна відповідальність підприємств, стейкхолдери.

ВСТУП

На сучасному етапі розвитку суспільства за умови забруднення навколишнього середовища та скорочення невідновлювальних природних ресурсів все більшої актуальності набуває питання екологічної відповідальності підприємств, особливо в рамках реалізації концепції сталого розвитку суспільства.

Дослідженню екологічної відповідальності бізнесу присвячені роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, у тому числі Віннікової Т. О., Гаєвської М. В., Гасій В. В. та Потравного І. М., Грішнєвої О. А., Косякової І. В., Крупіної Н. Н., Пахомової Н. В. та Richter K., Пусенкової Н. М., Салдаєвої М. М., а також Banerjee S. B., Porter M. E. та Claas van der Linde, Schaefer A. та Harvey B. та ін. [1-12].

При цьому визначальна роль у запровадженні екологічної відповідальності бізнесу належить стейкхолдерам.

Дослідженню теорії стейкхолдерів присвячені праці Freeman R. E. [13], Jurgensa M., Berthonb P., Paraniac L., Shabbird H. A. [14].

Питання ролі стейкхолдерів у вирішенні екологічних питань піднімалося в роботах таких вчених: K. Gibson [15], K. Long, Y. Wang, Y. Zhao, L. Chen [16], J. Pelosa, M. Looock, J. Cerruti та M. Muyot [17], M. Suskevics, K. Tillemann, M. Külvik [18], H. Wang [19] та ін.

Незважаючи на значний досвід наукових досліджень в цій сфері, на наш погляд, питання ролі стейкхолдерів у запровадженні екологічної відповідальності бізнесу, а також взаємозв'язків між основними зацікавленими сторонами потребує додаткового аналізу.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

На сьогодні, коли людство обрало шлях до запровадження сталого соціо-еколого-економічного розвитку, постає питання які механізми реалізації даної концепції, яким чином запровадити сталий розвиток на практиці. У зв'язку з цим більше набуває актуальності питання екологічної відповідальності бізнесу, що передбачає добровільну розробку та здійснення компаніями програм природоохоронного характеру.

Існує декілька груп різних зацікавлених сторін з різними, за часту протилежними, інтересами, що в свою чергу гальмує перехід до сталого розвитку суспільства.

Мета даного дослідження полягає у визначенні ролі стейкхолдерів та взаємозв'язків між ними у системі запровадження екологічної відповідальності підприємств.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Екологічна відповідальність бізнесу є частиною корпоративної соціальної відповідальності [20]. Більшість підприємств наразі розглядає екологічну відповідальність бізнесу як законні і добровільні види діяльності, які можуть збільшити конкурентоспроможність фірми і закріпити її репутацію під впливом різних соціальних та економічних агентів (стейкхолдерів) [21].

Термін «стейкхолдери» був запропонований в 1984 р. R. E. Freeman, і означає групу людей або індивідів, які можуть впливати на роботу організації та відчувають вплив від діяльності фірми [13].

Застосування теорії стейкхолдерів до концепції екологічної відповідальності бізнесу включає визнання стейкхолдерами злободенності екологічних проблем, яке трансформується в стратегічні дії з метою поліпшення екологічної політики фірми, а також можливість інтеграції різних зацікавлених сторін [10]. Саме стейкхолдери можуть впливати на фірми і вимагати від них екологічної відповідальності. Від реакції фірми залежатиме її репутація. Репутація компанії є важливим фактором конкурентоспроможності на ринку. На шляху до сталого розвитку корпоративна репутація має також враховувати вплив підприємства на навколишнє середовище та запровадження екологічної відповідальності бізнесу [21].

Розрізняють групи внутрішніх стейкхолдерів (серед яких персонал, топ-менеджмент, акціонери та інвестори) та групи зовнішніх стейкхолдерів (серед яких органи державної та місцевої влади, громадські організації, місцева громада, споживачі, підприємства-партнери тощо).

Ролі різних зацікавлених груп (стейкхолдерів) та їхні інтереси суттєво різняться. Основні протиріччя інтересів виникають у взаємодії зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів. При цьому внутрішні стейкхолдери зацікавлені у стабільному та прибутковому функціонуванні підприємства. Зовнішні стейкхолдери мають різні ролі і націлені на суспільно корисні результати. Це породжує проблему сумісництва економічно доцільної та соціально відповідальної компонент у діяльності компанії, що в свою чергу викликає певне протиріччя корпоративного управління [22].

Як показано на рисунку 1, кожен стейкхолдер має свої зобов'язання та відіграє певну роль в соціально-економічній системі, при цьому взаємодіє з іншими стейкхолдерами напряму або опосередковано.

Органи державної влади та органи місцевого самоврядування безпосередньо відповідальні за управління якістю навколишнього середовища. Через систему штрафів та обмежень, а також інших економічних, правових та адміністративних інструментів первинні стейкхолдери владного блоку можуть корегувати діяльність підприємств в напрямку запровадження екологічної відповідальності.

Засоби масової інформації можуть опосередковано впливати на роботу підприємства через висвітлення інформації стосовно його діяльності в розрізі впливу на навколишнє середовище, що в кінцевому результаті матиме вплив на репутацію підприємства. Аналогічну роль можуть відігравати неурядові організації, у тому числі екологічні. Академічна

спільнота, в свою чергу, може проводити дослідження та з наукової точки зору доводити необхідність запровадження екологічної відповідальності суб'єктів господарювання на шляху до сталого розвитку суспільства. Університети передають підприємствам наукові розробки та технології, співпрацюючи при цьому з органами державної влади та місцевого самоврядування. При цьому зазначений інформаційний блок стейкхолдерів має найбільші очікування щодо екологічно сприятливої поведінки підприємства, і в свою чергу вони можуть надати кваліфіковану інформаційну допомогу у запровадженні екологічної відповідальності підприємства.

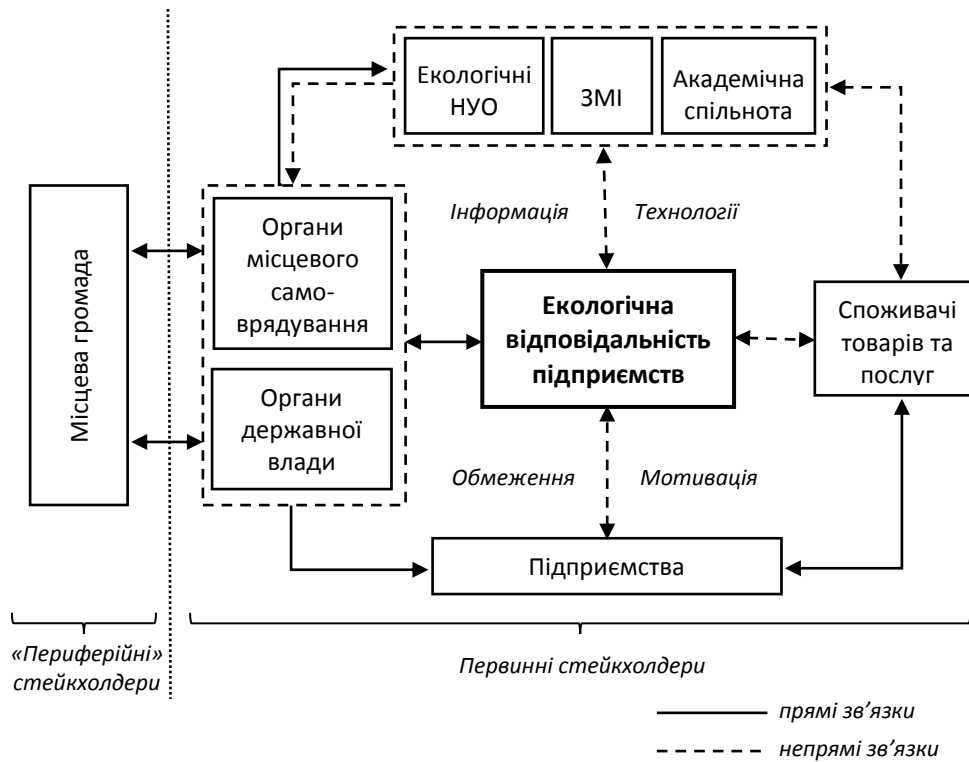


Рисунок 1 – Взаємозв'язки між стейкхолдерами в розрізі екологічної відповідальності підприємства (розроблено автором на основі [16])

Споживачі товарів та послуг, з одного боку, зацікавлені в отриманні екологічно чистої сертифікованої продукції та підвищенні якості навколишнього середовища (тому використовують дані від інформаційного блоку стейкхолдерів); а з іншого боку, можуть постраждати від підвищення ціни продукції за рахунок зростання цін на ресурси та обмежувальних заходів щодо діяльності підприємства з боку органів влади.

При цьому місцева громада виступає у якості «периферійних» стейкхолдерів, так званих третіх осіб, які безпосередньо не пов'язані з роботою підприємства, але відчують негативний вплив від його діяльності. Вони носять назву «периферійних» у зв'язку з низькою можливістю безпосереднього впливу на роботу підприємства, відсутністю прямої участі в процесі прийняття рішень щодо запровадження екологічної відповідальності бізнесу.

Громадськість виступає кінцевим бенефіціаром екологічної відповідальності бізнесу і може виконувати контролюючу функцію в даному процесі.

При цьому підприємство має приділяти увагу взаємодії зі стейкхолдерами і активізуватись у напрямку впровадження соціальних та екологічних ініціатив, а також запровадження екологічної відповідальності бізнесу.

Для цього керівники компанії мають взяти на себе декілька функцій: окреслити корпоративні цінності та визначити наявні ресурси; відповідально ставитися до споживачів та місцевої громади; сформувати візію компанії з урахуванням екологічної складової.

ВИСНОВКИ

На сьогодні людством визначено шлях на досягнення сталого соціо-еколого-економічного розвитку. При цьому для досягнення поставленої цілі важливим аспектом є запровадження екологічної відповідальності підприємств, яка має стати життєвою філософією для суспільства в цілому, підприємств та уряду зокрема. Для досягнення поставленої цілі до даного процесу мають долучитися усі стейкхолдери. Діалог між стейкхолдерами не змінить одразу поведінку всіх споживачів та підприємств-забруднювачів навколишнього середовища, але може запровадити зміни в напрямку сталості розвитку суспільства.

SUMMARY

THE ROLE OF STAKEHOLDERS IN IMPLEMENTING ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY OF ENTERPRISES

D. O. Smolennikov

*Sumy State University,
2, Rymskogo-Korsakova St., 40007, Sumy, Ukraine*

The paper deals with identification of the stakeholders' role in implementing environmental responsibility of companies. A list of key stakeholders is provided in the article. Relationships between stakeholders are described in the paper.

Keywords: *environmental responsibility, environmental responsibility of enterprises, stakeholders.*

РЕЗЮМЕ

РОЛЬ СТЕЙКХОЛДЕРОВ ВО ВНЕДРЕНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Д. О. Смоленников

*Сумский государственный университет,
ул. Римского-Корсакова, 2, г. Сумы, 40007, Украина*

В статье определена роль стейкхолдеров во внедрении экологической ответственности предприятий. Приведен перечень основных заинтересованных лиц и определены взаимосвязи между ними.

Ключевые слова: *экологическая ответственность, экологическая ответственность предприятий, стейкхолдеры.*

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Винникова Т. А. Современные ТНК: проблемы экологической и социальной ответственности : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 / Т. А. Винникова. – Москва, 2001. – 150 с.
2. Гаевская М. В. Экологическая ответственность бизнеса и экологические рейтинги. Экологическая эффективность производства / М. В. Гаевская. – Минск : Бизнесофсет, 2008. – 15 с.
3. Гассий В. В. Экологическая ответственность бизнеса как элемент государственно-частного партнёрства / В. В. Гассий, И. М. Потравный // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 3(1). – С. 179-187. – Режим доступа : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2011_3\(1\)_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2011_3(1)_28)
4. Грiшнова О. Впровадження екологічної відповідальності в практику менеджменту вітчизняних підприємств / О. Грiшнова, О. Брiнцева // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка». – 2013. – № 10(151). – С. 2-18.
5. Косякова И. В. Влияние стейкхолдеров на повышение экологической ответственности бизнеса организации в условиях рыночной конкуренции / И. В. Косякова // Вестник Самарского государственного университета. – 2012. – № 7. – С. 52-56.
6. Крупина Н. Н. Власть и бизнес: экологическая проекция социальной ответственности / Н. Н. Крупина. – Пятигорск: Пятигор. гос. лингвист. университет, 2006. – 102 с.
7. Пахомова Н. В. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие: опыт ЕС, специфика Германии [Текст] / Н. В. Пахомова, К. К. Рихтер // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. Сер. 5, Экономика. – 2013. – Вып. 2. – С. 30–48.
8. Пусенкова Н. Н. Экологическая ответственность бизнеса: мифы и реальность / Н. Н. Пусенкова, Е. А. Солнцева // Бизнес и общество. – 2006. – № 4. – С. 75-80.
9. Салдаева М. Н. Экологическая ответственность бизнеса в России: позитивный опыт и препятствия для дальнейшего развития / М. Н. Салдаева // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия «Экономические науки». – 2013. – № 3 (9) – С. 148-154.
10. Banerjee S. B. Corporate environmentalism. The construct and its measurement / S. B. Banerjee // Journal of Business Research. – 2002. – Vol. 55. – P. 177-191.
11. Porter M. E. Toward a new conception of the environment-competitiveness relationship / M. E. Porter, Claas van der Linde // Journal of Economic Perspectives. – 1995. –Vol. 9. – P. 97-118.
12. Schaefer A. Stage models of corporate 'greening': a critical evaluation / A. Schaefer, B. Harvey // Business Strategy and the Environment. – 1998. – Vol. 7, Issue 3. – P. 109-123.
13. Freeman R. E. Strategic management: a stakeholder approach / R. E. Freeman. – Boston : Pitman Publishing, 1984.
14. Stakeholder theory and practice in Europe and North America: the key to success lies in a marketing approach / M. Jurgensa , P. Berthonb , L. Papaniac , H. A. Shabbird // Industrial Marketing Management. – 2010. – Vol. 39(5). – P. 769-775.
15. Gibson K. Stakeholders and Sustainability: An Evolving Theory / K. Gibson // Journal of Business Ethics. – 2012. – Vol. 109. – P. 15–25.
16. Who are the stakeholders and how do they respond to a local government payments for ecosystem services program in a developed area: A case study from Suzhou, China / K. Long, Y. Wang, Y. Zhao, L. Chen // Habitat International. – 2015. – Vol. 49. – P. 1-9.
17. Sustainability : How Stakeholder Perceptions Differ from Corporate Reality / J. Pelozo, M. Looock, J. Cerruti, M. Muyot // California Management Review. – 2012. –Vol. 55(1). – P. 74-97.
18. Assessing the relevance of stakeholder analysis for national ecological network governance: the case of the Green Network in Estonia / M. Suskevics, K. Tillemann, M. Kùlvik // Journal for Nature Conservation. – 2013. – Vol. 21(4). – P. 206-213.
19. Wang H. Factor analysis of corporate environmental responsibility from the stakeholder theory perspective / H. Wang // Environment, Development and Sustainability. – 2010. – Vol. 12. – P. 481–490.
20. Les Tien-Shang Lee. The pivotal roles of corporate environment responsibility / Les Tien-Shang Lee // Industrial Management & Data Systems. – 2012. – Vol. 112, Iss: 3. – P. 466-483.
21. Смоленников Д. О. Роль екологічної відповідальності бізнесу на шляху до сталого розвитку / Д. О. Смоленников // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. – 2013. – № 4. – С. 35-39.
22. Шевчук А. В. Социальная роль бизнеса в моделях корпоративного управления / А. В. Шевчук // SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры. – 2005. – № 2. – С. 17–26.

Надійшла до редакції 9 листопада 2015 р.