

РОЗДІЛ III

Економіка та управління підприємствами

УДК 65.011 (477)

Дмитро Баюра – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки підприємства Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Розвиток соціально відповідального корпоративного управління в контексті узгодження інтересів стейкхолдерів

У статті розглянуто об'єктивні процеси розвитку соціально відповідального корпоративного управління на засадах формування корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні та обґрунтовано необхідність формування організаційно-економічного механізму управління ними на рівні вітчизняних підприємств з урахуванням узгодження інтересів стейкхолдерів.

Ключові слова: корпоративне управління, корпоративна соціальна відповідальність, стейкхолдери.

Постановка наукової проблеми та її значення. В умовах посилення конкуренції, загострення проблем соціальної нерівності й незахищеності навколишнього природного середовища підприємства корпоративного типу змушені більше звертати увагу на соціальну, етичну та екологічну компоненти поряд з економічними результатами своєї фінансово-господарської діяльності й виконанням ключового завдання отримання прибутку. Ці нові виклики щодо формування соціально відповідальної системи корпоративного управління змушують підприємства узгоджувати свої дії з ключовими зацікавленими особами в їх функціонуванні (стейкхолдерами). Тобто соціально відповідальне корпоративне управління повинно розвиватися на засадах корпоративної соціальної відповідальності.

Корпоративна соціальна відповідальність породжує нові економічні явища у відносинах між державою, бізнесом, персоналом, споживачами, акціонерами та іншими стейкхолдерами. Україна практично лише започатковує реалізацію «Порядку денного на XXI століття» ООН із впровадження стратегії сталого розвитку, в основу якої покладено парадигму соціальної відповідальності бізнесу, або ж корпоративної соціальної відповідальності.

Проведений нами аналіз більш як на 50 зарубіжних компаніях-лідерах у сфері КСВ у світовій економіці підтверджує те, що найвагоміших результатів із формування соціально відповідального бізнесу досягли компанії та інтегровані корпоративні структури, які реалізують системний підхід до формування організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю в системі корпоративного управління.

Потреба використання інформації про організаційно-економічний механізм корпоративної соціальної відповідальності виникає насамперед під час оцінювання ефективності участі компанії в реалізації проектів та програм соціального інвестування. Основу організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю складають елементи, які відповідають за узгодження цілей і завдань із методами, засобами їх досягнення та управлінськими рішеннями.

Структура управління КСВ являє собою систему оптимального розподілу функціональних обов'язків, прав і відповідальності, порядку й форм взаємодії між органами корпоративного управління, що входять до її складу, і персоналом, що працює в них. Потрібно наголосити, що в Україні питання дослідження формування організаційно-економічних механізмів управління КСВ розглянуто поки що в нечисленних наукових та прикладних дослідженнях.

Аналіз досліджень із цієї проблеми. Огляд та аналіз зарубіжної літератури засвідчує, що теоретичні підвалини корпоративної соціальної відповідальності заклали такі зарубіжні науковці, як Г. Боуен, К. Девіс, П. Друкер, Е. Карнегі, А. Керолл, Ф. Котлер, Н. Лі, Е. Мейо, М. Портер, Е. де Сото, М. Фрідмен, Р. Фрімен, Ф. Хайек й ін. Вагомий внесок у розбудову теоретико-прикладних та методологічних аспектів соціально відповідального ведення бізнесу зробили вітчизняні вчені (В. Геєць, І. Каленюк, А. Колот, В. Лисогор, З. Варналій, В. Осецький, А. Садеков, Н. Супрун, А. Чухно, Н. Ушакова, О. Грیشнова, В. Євтушевський, А. Шегда). Регуляторні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу в системі національної економіки достатньо системно розроблено в наукових працях І. Царик.

Водночас потребують удосконалення теоретико-методологічні засади реалізації соціальної відповідальності бізнесу як невід'ємного складника підприємництва в системі національної економіки та розробка ключових компонентів організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю в системі корпоративного управління. Відсутність в Україні концептуальних засад регуляторного впливу на соціальну відповідальність бізнесу, науково обґрунтованих його принципів, важелів й інструментів, адаптації світового досвіду з цих питань до особливостей економічного розвитку нашої країни зумовлюють необхідність та доцільність подальших комплексних економічних досліджень цих проблем, а також підсилюють їх прикладну значущість щодо управління корпоративною соціальною відповідальністю на рівні підприємств усіх типів й організаційно-правових форм. Усе це зумовило вибір теми статті.

Мета та завдання дослідження. Мета статті – виявлення особливостей становлення й ефективної реалізації організаційно-економічних механізмів корпоративної соціальної відповідальності бізнесу як необхідного складника розвитку національної економіки. Відповідно до поставленої мети статті визначено **завдання** – обґрунтування концептуальних засад формування організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю бізнесу на рівні підприємства. Об'єктом дослідження в статті виступили процеси розвитку та побудови компонентів організаційно-економічного механізму корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Піл час розробки складників організаційно-економічного механізму корпоративної соціальної відповідальності бізнесу методологічною основою стали фундаментальні положення теорій соціально орієнтованої ринкової економіки, корпоративного управління, теорії зацікавлених сторін, концепції сталого розвитку й поведінкової економіки.

Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу виступає складним економічним явищем, яке проявляється через процес соціального інвестування та розвиток соціального діалогу зі стейкхолдерами. Практично реалізація інструментів корпоративної соціальної відповідальності підприємствами забезпечує соціалізацію економіки країни. Положення поведінкової економіки проявляються в концепції соціально відповідального маркетингу та визначення впливу споживачів на діяльність підприємств.

Формування організаційно-економічного механізму, у тому числі управлінського аспекту будь-якого бізнес-процесу, потребує оцінювання результативності. У розвинутих країнах світу організаційно-економічні механізми управління корпоративною соціальною відповідальністю формуються під впливом державної політики та в ході реалізації відповідної державної стратегії. На нашу думку, форми корпоративної соціальної відповідальності з участю держави можуть проявлятися за рахунок реалізації таких функцій і механізмів: по-перше, держава виступає в якості формування правових норм, відповідних контролюючих інститутів щодо дотримання норм етичної поведінки стейкхолдерів та компаній, розбудови відповідної інфраструктури громадянського суспільства на принципах довіри; по-друге, країна також відіграє роль споживача й покупця відповідних продуктів та послуг, особливо соціально орієнтованих підприємств; по-третє, є партнером та інституціональним інвестором; по-четверте, вона учасник міжнародних відносин і стимулятор запровадження та реалізації міжнародних стандартів у сфері корпоративного управління й соціальної відповідальності бізнесу; і нарешті, держава виступає роботодавцем та захисником навколишнього середовища, а також розвитку територіальних громад.

У будь-якому випадку всі форми КСВ з участю держави повинні виступати чинником формування й підвищення конкурентоспроможності компаній на регіональному, національному та

міжнародному рівнях. Форми ж прояву КСВ без участі держави набагато ширші, оскільки коло стейкхолдерів компаній проявляється в ході їхнього життєвого циклу й життєвого циклу їхніх продукцій та послуг і цілком залежать від виду економічної діяльності та масштабів бізнесу.

Оптимальне поєднання елементів організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю дає змогу реалізувати стратегію КСВ, сприяє ефективним комунікаціям із зацікавленими особами, а також протидіє впливу негативних факторів та сприяє оптимізації ризиків у зазначеній вище сфері. Запропоновану структуру організаційно-економічного механізму управління КСВ відображено на рис. 1. При цьому самої системи корпоративного управління на ньому не простежуємо, це передбачає достатньо складну та розгалужену корпоративну організаційно-управлінську структуру.



Рис. 1. Організаційно-управлінський механізм управління КСВ підприємства

Як видно з рис. 1, організаційно-економічний механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю включає елементи не лише предметні, а й функціональні. До складу предметного складника в практиці менеджменту прийнято відносити суб'єкти управління, найбільш зацікавлених осіб та рівні відповідальності. До функціональної основи механізму, як правило, відносять функції, принципи, ціннісні орієнтири й інструменти управління. На формування механізму управління КСВ впливають внутрішні та зовнішні фактори, які мають як економічний, так і інституціональний характер, а також прямий або опосередкований вплив.

Структура системи управління корпоративною соціальною відповідальністю залежить від масштабу бізнесу, спеціалізації, видів економічної діяльності й інституційного забезпечення. Система управління орієнтується на чітко визначене коло зацікавлених осіб підприємства (організації), що дає змогу визначити стратегічні цілі у сфері КСВ, ризики та можливі способи комунікацій і соціального діалогу. Соціальний діалог спрямовано на обмін інформацією між підприємством та заінтересованими особами.

Існує багато трактувань економічної категорії «корпоративна соціальна відповідальність». Однак розуміння її сутності в економічній науковій літературі не завжди однозначне. У західних джерелах цю категорію досить часто трактують крізь призму сталого розвитку компаній. Так, наприклад, у документах Європейської комісії наголошено на тому, що корпоративна соціальна відповідальність є концепцією, яка відображає добровільне рішення компаній брати участь у покращенні життя суспільства та захисті довкілля. Багато фахівців ототожнюють поняття «корпоративна соціальна відповідальність» і «соціальна відповідальність бізнесу».

Для того щоб більш однозначно розуміти сутність категорії «соціальна відповідальність», можливо керуватися визначенням Керівництва із соціальної відповідальності ISO 26 000, у якому запропоновано такий підхід: «соціальна відповідальність – це відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності (продукти, послуги, процеси) на суспільство й навколишнє середовище, що реалізується через прозору та етичну поведінку, яка допомагає сталому розвитку, здоров'ю й добробуту суспільства; зважає на очікування заінтересованих сторін; не суперечить відповідному законодавству та міжнародним нормам поведінки; поширена в усій організації і практикується у її відносинах (діяльність організації в рамках сфери свого впливу)» [1, с. 8]. Корпоративна соціальна відповідальність інтегрує в собі всі види відповідальності підприємства за пірамідою Керолла. Тобто потрібно розрізняти відмінності між цими категоріями [2, с. 128–124].

Цикл менеджменту корпоративної соціальної відповідальності представлено на рис. 2.



Рис. 2. Система управління корпоративною соціальною відповідальністю бізнесу (цикл менеджменту КСВ)

Підприємство повинно постійно вдосконалювати систему управління корпоративною соціальною відповідальністю задля отримання в кінцевому результаті ефекту. Управління корпоративною соціальною відповідальністю на підприємстві являє собою підсистему, за допомогою якої приймаються та реалізуються рішення. Мету та цілі корпоративної соціальної відповідальності визначають власники, члени трудового колективу й інші довірені особи. Система управління корпоративною соціальною відповідальністю орієнтована на досягнення цілей організаційної ефективності та завдань сталого розвитку. Управління соціальною відповідальністю ґрунтується на принципі раціонального балансування між досягненням рівня соціальної відповідальності й використанням наявних ресурсів. Менеджмент у сфері корпоративної соціальної відповідальності реалізує, передусім, соціальну функцію, тобто зниження рівня соціальної напруженості на підприємстві та у відносинах із зацікавленими особами.

Система управління корпоративною соціальною відповідальністю залежить від розміру, організаційно-правової форми, виду економічної діяльності, впливу зовнішнього й внутрішнього середовищ підприємства. Зовнішнє середовище системи управління соціальною відповідальністю

формується під впливом об'єктивних чинників, які змушують підприємство пристосовуватися та враховувати їх у своїй діяльності. До зовнішньої сфери відносять такі елементи, як політико-правове, соціально-культурне, технологічне, економічне, екологічне, міжнародне вище середовище.

Процес управління соціальною відповідальністю залежить від структури, яка може приймати різні форми (формальні, неформальні), та побудови самого процесу управління. У формальних структурах управління соціальною відповідальністю бізнесу процеси прийняття рішень чітко регламентовані й формалізовані. У неформальних структурах управління соціальною відповідальністю відсутні чіткий розподіл і визначення повноважень відповідальних осіб, які приймають рішення від імені підприємства в цій сфері.

Система управління корпоративною соціальною відповідальністю будується на основі принципів управління, прозорості, відповідності законодавству, етичному та корпоративному кодексу (внутрішньокорпоративним документам), колективному договору з урахуванням інтересів зацікавлених осіб.

Процес управління корпоративною соціальною відповідальністю повинен враховувати ризики, пов'язані з очікуваннями суспільства й заінтересованих осіб. Процес прийняття рішень і його структура повинні бути гнучкими задля підвищення ефективності у сфері соціальної відповідальності, а саме: враховувати інтереси зацікавлених осіб, ефективно використовувати фінансові, природні та людські ресурси, делегування повноважень пропорційно обсягу корпоративної соціальної відповідальності підприємства (організації).

Моніторинг рішень у сфері корпоративної соціальної відповідальності дає змогу збалансувати рівні соціальної відповідальності й враховувати результати діяльності, як позитивні, так і негативні. За рахунок використання ефективного соціального діалогу із зацікавленими особами виникає синергізм, що дає змогу підвищити результативність у сфері соціальної відповідальності. Під час формування системи управління корпоративною соціальною відповідальністю враховуються два аспекти (структурний і функціональний), які уможливають збалансування результату та ефективності управління соціальною відповідальністю.

Структурний аспект полягає в тому, що підприємство (організація) повинно сформулювати пріоритетні напрями діяльності у сфері корпоративної соціальної відповідальності, виокремити окремі сфери. Функціональний аспект полягає у виборі функцій, механізмів взаємодії підприємства (організації) із заінтересованими особами й залучення ресурсів, які дадуть змогу реалізувати цілі соціальної відповідальності.

Процес управління корпоративною соціальною відповідальністю включає такі елементи, як прийняття рішень, затвердження відповідних стратегій, планів і бюджетів, розробка та затвердження відповідних процедур, які складають зміст управління. Процес управління повинен мати продуктивний характер.

У ході побудови продуктивних процесів управління корпоративною соціальною відповідальністю формуються місія, бачення, цілі й завдання у сфері соціальної відповідальності. До управління залучають персонал, до ключових інструментів управління яким уключаються лідерство, мотивація, винагороди, управління конфліктами. Процедури прийняття рішень у сфері корпоративної соціальної відповідальності передбачають прийняття рішень, узгодження, залучення персоналу, оцінку та формування компетенції. Етична оцінка управління передбачає врахування моральних принципів, які дають змогу відрізнити правильну поведінку від неправильної.

Політика управління корпоративною соціальною відповідальністю включає реалізацію декількох етапів:

- розробку загальних положень (місії, бачень, цілей і завдань) у сфері КСВ;
- інтеграцію КСВ у функції структурних підрозділів підприємства;
- підвищення довіри персоналу до КСВ;
- аналіз і вдосконалення діяльності й практики організації КСВ;
- ініціювання проектів соціального інвестування;
- контролінг реалізації соціальних програм;
- навчання персоналу у сфері КСВ.

Управління КСВ здійснюється за допомогою аналізу, планування та контролю виконання соціальних програм, спрямованих на підвищення соціальної відповідальності. Управління можна представити у вигляді бізнес-процесу: створення – підтримка й розширення соціального діалогу з цільовими зацікавленими особами (стейкхолдерами). Ефективне функціонування бізнес-процесу забезпечується наявністю ресурсів та відповідної інформаційної системи.

Управління КСВ підприємства реалізується у всіх трьох сферах діяльності підприємства (інвестиційній, операційній, фінансовій) і трьох рівнях (корпоративному, функціональному, інструментальному). Крім того, можна виокремити внутрішній рівень управління (реалізація підприємством своєї соціальної відповідальності перед персоналом – умови праці, соціальний розвиток, підвищення кваліфікації, сприятливий психологічний клімат). Зовнішній рівень передбачає реалізацію соціальної відповідальності перед іншими зацікавленими особами за допомогою участі в розв'язанні пріоритетних соціальних проблем суспільства та збереження навколишнього середовища.

Мета стратегії корпоративної соціальної відповідальності – це підвищення ефективності бізнесу за рахунок оптимізації відносин із заінтересованими особами. Стратегія корпоративної соціальної відповідальності повинна бути частиною загальної корпоративної (основної) бізнес-стратегії підприємства й виступати інструментом корпоративного управління. Управління корпоративною соціальною відповідальністю може стосуватися умов праці, охорони навколишнього середовища, співпраці з територіальними громадами, реалізацією програм соціального інвестування та концепції соціального маркетингу. Загалом, формування та зростання рівня корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві призводить до підвищення якості його людського й соціального капіталу.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Формування системи управління корпоративною соціальною відповідальністю передбачає проведення корпоративної реструктуризації або ж суттєвих організаційних змін, які пов'язані зі змінами й перетвореннями, побудовою нової системи внутрішніх комунікацій на підприємстві, чіткого розподілу функцій та обов'язків між різними рівнями корпоративної структури. Особливості прояву різних моделей реалізації організаційно-економічного механізму управління КСВ для різних типів підприємств потребує додаткових наукових досліджень.

Джерела та література

1. Зінченко А. Г. Соціальна відповідальність в Україні: погляди різних стейкхолдерів. Регіональний аспект / А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. – Київ : [б. в.], 2008. – 60 с.
2. Баюра Д. О. Еволюція наукової думки щодо соціальної відповідальності бізнесу / Д. О. Баюра, І. М. Царик, Н. М. Черниш // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – № 9. – С. 128–134.

References

1. Zinchenko A. H., Saprykina M. A. Sotsialna vidpovidalnist v Ukrayini: Pohlyady riznykh steykolderiv. Rehional'nyu aspekt. K., 2008. 60 p.
2. Bayura D. O., Tsaryk M. I., Chernysh N. M. Evolyutsiya naukovoyi dumky shchodo sotsialnoyi vidpovidalnosti biznesu. Chernysh // Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukrayini. 2012. № 9. P. 128–134.

Дмитрий Баюра. Развитие социально ответственного корпоративного управления в контексте согласования интересов стейкхолдеров. В статье рассмотрены объективные процессы развития социально ответственного корпоративного управления на основе формирования корпоративной социальной ответственности бизнеса в Украине и обоснована необходимость формирования организационно-экономического механизма управления ими на уровне отечественных предприятий с учетом согласования интересов стейкхолдеров.

Ключевые слова: корпоративное управление, корпоративная социальная ответственность, стейкхолдеры.

Dmytro Baiura. Development of Socially Responsible Corporate Governance in the Context of Harmonization of Interests of Stakeholders. The article considers objective processes of development of socially responsible corporate governance on the basis of formation of corporate social responsibility of business in Ukraine and substantiates the necessity of forming an organizational-economic mechanism of their management at the level of domestic enterprises taking into account the coordination of interests of stakeholders.

Key words: corporate governance, corporate social responsibility, stakeholders.

Стаття надійшла в редакцію 12.10.2017 р.