

УДК 334.012.42:658.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2022-2.8>

Манойленко О.В.

*доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку і фінансів,  
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

День Цівень

*аспірант кафедри обліку і фінансів,  
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

## СТРУКТУРА ТА СКЛАДОВІ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА

*В статті визначено та узагальнено передумови зростання масштабів соціальної відповідальності корпоративного бізнесу та встановлено корпоративні особливості забезпечення соціальної відповідальності бізнесу в акціонерних товариствах. Визначено структуру та виявлено особливості взаємодії складових механізму забезпечення корпоративної соціальної відповідальності акціонерного товариства (корпорації). Встановлено складну суб'єкту природу формування корпоративної соціальної відповідальності бізнесу як результату досягнення збалансованості при задоволенні як специфічних контрактних умов акціонерного інвестування, так і широкого кола суспільних зобов'язань акціонерного товариства. Доведено пріоритетність використання інституціонального інструментарію формування та підтримки механізму забезпечення корпоративної соціальної відповідальності акціонерного товариства. Виявлено особливий рефлексивний характер вимог щодо формування корпоративної культури в механізмі забезпечення корпоративної соціальної відповідальності акціонерного товариства.*

*Ключові слова:* корпорація, акціонерне товариство, соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, корпоративна культура, механізм.

## THE MECHANISM FOR ENSURING A JOINT-STOCK COMPANY'S CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY STRUCTURE AND COMPONENTS

Manoilenco Oleksandr, Deng Qiwen

*National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»*

*The article defines and summarizes the prerequisites for the growth of the corporate business social responsibility scale. Corporate features of business social responsibility ensuring in joint-stock companies have been established. The structure and components interaction features of the joint-stock company's corporate social responsibility ensuring mechanism have been identified. The prerequisites for the corporation (an enterprise formed and operated in the organizational and legal form of a joint-stock company) subjectness achievement while establishing a set of business corporate social responsibility obligations has been determined. The connection nature between the target orientations of the joint-stock company stakeholder's involvement in corporate relations participation and corporate social responsibility obligations formation has been identified and systematized. The fundamental regularities of the joint-stock company stakeholder's reflexive interaction mental space formation have been considered through ensuring corporate social responsibility. The complex subject nature of the business's corporate social responsibility formation has been established as a consequence of achieving balance while satisfying both the equity investment specific contractual conditions and a joint-stock company's wide range of public obligations. The coalition nature of determining the joint-stock company's obligations and agreements regarding establishing the scope of corporate social responsibility has been revealed. The priority of the institutional toolkit usage to form and support the mechanism of ensuring a joint-stock company's corporate social responsibility has been proven. The unique reflexive nature of the requirements for the corporate culture mechanism forming within the joint-stock company's corporate social responsibility ensuring mechanism has been revealed. The crucial means for institutionalising a joint-stock company's requirements and obligations have been determined within the business's corporate social responsibility framework. The strategic aspects of a joint-stock company's corporate development management in the context of business's social responsibility ensuring have been summarized.*

*Keywords:* corporation, joint-stock company, social responsibility, corporate social responsibility, corporate culture, mechanism.

**Постановка проблеми.** Зростання масштабів та розширення сфер соціальної відповідальності бізнесу являє собою об'єктивне відображення процесу збільшення впливу господарської активності на суспільне життя. Так, залучення до продуктивного виробництва значних обсягів природних ресурсів визначає масштабні зміни природного середовища та планетарного

клімату. Від результатів господарювання у вигляді створених нових корисних благ прямо залежить безпека і якість життя населення в більшості країн світу. Бізнесова підтримка продуктивної зайнятості визначає можливість збільшення доходу працівників, необхідного для розширення доступу до нових товарів і послуг. Впровадження нових технологічних рішень

у господарській сфері безпосередньо сприяє активізації розвитку науки і техніки, опанування новітніх передових зразків якої, в свою чергу, потребує неухильного підвищення освітнього та культурного рівня населення. Орієнтація бізнесу на забезпечення потреб усталеного розвитку суспільства в значній мірі визначає стійкість та стабільність соціального миру – у тому числі, через зміцнення податкового забезпечення економічної бази функціонування держави як гаранта такої стабільності і т. і. Крім того, економічна активність підприємств великого і середнього бізнесу, переважна більшість яких в сучасних умовах утворена та діє у формі корпоративних структур і об'єднань, постає також вагомим джерелом збільшення добробуту надзвичайно широкого кола приватних інвесторів і власників-акціонерів. Тому неухильне зростання суспільно-значущого наповнення господарської діяльності визначає необхідність та значущість належного структурного упорядкування та всебічної підтримки стійкого функціонування механізму забезпечення соціальної відповідальності бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Різні аспекти забезпечення корпоративної соціальної відповідальності бізнесу докладно розглядалися в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як Бержанір А. [1], Вербівська Л. [2], Еллхауг Е. [6], Зибарева О. [2], Ісмаїл М. [7], Керолл Е. [5], Котлер Ф. [3], Лебедев І. [4], Пулос Е. [8], Франк П. та ін. [9], Хіменез Д. [8] та ін. Проте слід відзначити, що до цього часу визначення та узагальнення специфічних корпоративних особливостей забезпечення соціальної відповідальності бізнесу в акціонерних товариствах, які становлять фундаментальну основу сучасного підприємницького потенціалу суспільства, не знайшло достатнього і належного висвітлення у дослідженнях даної проблематики. Зокрема, на додаткове поглиблене вивчення потребує комплекс питань, пов'язаних із встановленням характеру і виявленням закономірностей впливу організаційно-правової конструкції корпорації (акціонерного товариства) на забезпечення корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), а також розгляд різних аспектів інтеграції розмаїтого інструментарію підтримки КСВ в контексті формування та підтримки цілісного механізму забезпечення корпоративної соціальної відповідальності акціонерного товариства.

**Постановка завдання.** Метою дослідження у роботі є обґрунтування структури та визначення особливостей взаємодії складових механізму забезпечення корпоративної соціальної відповідальності акціонерного товариства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Економічна активність великих бізнесових структур та інтеграційних об'єднань підприємств в сучасному світі охоплює надзвичайно широке та розмаїте коло сфер суспільного життя. Зростання масштабів та поглиблення диверсифікованості господарської діяльності великого бізнесу закономірно визначає посилення виявів природи підприємства як складної відкритої соціально-економічної системи, фрактально вкладеної до цілісного механізму суспільного розвитку. До складу найбільш вагомих особливостей підприємства як відкритої соціально-економічної системи, що нерозривно пов'язана із системним зовнішнім середовищем, слід віднести, зокрема, такі

властивості: органічна інтегрованість та нерозривна єдність різних аспектів економічної активності із широким контекстом суспільного розвитку; здатність підприємства щодо генерування унікальних моделей поведінки та оригінальних стратегій, орієнтованих на створення неповторних конкурентних переваг; спроможність щодо адаптації до різноспрямованих змін середовища господарювання на засадах випереджувального визначення цілей та розробки планів щодо протидії будь-яким ентропійним проявам в зовнішньому оточенні; зростання значущості людського та соціального капіталу в контексті забезпечення усталеності функціонування та стійкості розвитку підприємства та ін. Логічним відображенням посилення і ускладнення виявів ознак фрактальної вкладеності та соціальної єдності великих підприємницьких структур із іншими складовими суспільного простору постає зростання взаємної залежності бізнесу та різних елементів його зовнішнього оточення, що в практичній площині організації та здійснення економічної активності насамперед приймає вигляд соціальної відповідальності цього бізнесу.

Такого роду відповідальність звичайно розглядається в аспектах всебічного урахування суспільних наслідків здійснення господарських процесів (див., наприклад, Бержанір А. [1, с. 45] та ін.), встановлення різного роду зобов'язань бізнесу перед зацікавленими особам – стейкхолдерами (Ісмаїл М. [7, с. 199–200] та ін.), свідомого створення додаткової суспільної користі у вигляді добровільного прийняття обов'язків щодо сприяння цивілізаційному розвитку у цілому (Котлер Ф. [3, с. 45–123] та ін.), перерозподілу отриманих прибутків для збільшення обсягів фінансування дій щодо розв'язання соціально-значущих питань (Еллхауг Е. [6, с. 737–770] та ін.), вирішення екологічних проблем та активізація природоохоронних заходів (Котлер Ф. [3, с. 45–123], Лебедев І. [4, с. 16] та ін.), сприяння покращенню якості життя населення в межах певних територіальних громад (Лебедев І. [4, с. 16] та ін.), впровадження загальнолюдських етичних і моральних норм в економічну активність (Хіменез Д. та Пулос Ф. [8, с. 8] та ін.), залучення підприємців до широкого контексту суспільного життя через певне цільове соціальне позиціонування бізнесу (Лебедев І. [4, с. 16] та ін.) і т. і. Слід, проте, відзначити, що за умови свідомого та невимушеного прийняття підприємствами будь-якого додаткового (тобто, такого, що виходить за межі суто економічної відповідальності бізнесу) обсягу обов'язків та зобов'язань перед суспільством, джерелом ресурсного забезпечення такої відповідальності будуть виступати отримані результати господарської діяльності (у вигляді прямих одержаного прибутку або його зменшення через зростання відповідних непродуктивних витрат). Таким чином, будь-який перерозподіл цих результатів на користь суспільства буде передбачати насамперед свідоме та добровільне зменшення добробуту власників підприємства та, у певній мірі, обмеження здатності даного суб'єкту щодо фінансування заходів щодо зміцнення конкурентних переваг економічного походження.

Тому прийняття на себе бізнесом певних такого роду обмежень безпосередньо буде пов'язано із забезпеченням вимог досягнення збалансованості

між, з одного боку, збереженням цільового стану економічної безпеки підприємства, а з іншого – із виконанням прийнятих зобов'язань у сфері соціальної відповідальності. Для унітарного підприємства, заснованого на приватному володінні окремої особи або обмеженої кількості власників, реалізація зазначених вимог може вирішуватися суто вольовим шляхом як одноосібне або консенсусне ухвалення певних рішень. Проте для переважної більшості суб'єктів великого і середнього бізнесу, діяльність яких упорядкована і оформлена шляхом використання достатньо складної організаційно-правової конструкції корпоративного підприємства (звичайно – акціонерного товариства), вирішення природно складного питання щодо досягнення такого роду збалансованості буде додатково надзвичайно утруднюватися через виникнення й існування в рамках даної конструкції специфічного виду корпоративних відносин. Зазначені відносини ґрунтуються на укладанні особливої корпоративної угоди, безпосередніми учасниками якої постають власники-акціонери, що визначає створення корпорації як третьої особи, відокремленої від засновників та інвесторів. Таким чином, саме корпорація в межах здійснення економічної та іншої активності виступає як особня сторона усього широкого кола господарських відносин, іншими суб'єктами яких стають власники, вище керівництво, персонал, споживачі, постачальники, конкуренти та інші соціальні групи та угруповань, що є виразниками та носіями певних індивідуальних, колективних, суспільних інтересів і прагнень.

При цьому зобов'язання корпорації перед акціонерами являють собою певні базові рамкові умови відносно як встановлення (окреслення економічних рамок корпоративного співробітництва), так і виконання (безпосереднє здійснення господарської діяльності та розподіл отриманих при цьому результатів) відповідних вимог в рамках корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). З нашої точки зору, специфічна особливість впливу корпоративної конструкції (організаційно-правової форми) акціонерного товариства на формування та упорядкування зобов'язань бізнесу за КСВ полягає насамперед в утворенні при цьому особливого ментального простору міжсуб'єктної взаємодії стейкхолдерів. В рамках даного простору ідентифікація масштабів корпоративної соціальної відповідальності являє собою результат рефлексивного сприйняття стейкхолдерами власних мотивів, інтересів, моделей поведінки, а також аналогічних характеристик інших осіб (учасників корпоративних відносин). Досягнення консенсусу між стейкхолдерами стосовно визначення зобов'язань корпорації в сфері КСВ здійснюється, таким чином, через формування в свідомості різних зацікавлених індивідів та груп людей певних типізованих інформаційних моделей-образів доцільності здійснення відповідних додаткових витрат та дотримання особливих вимог щодо перерозподілу результатів діяльності акціонерного товариства. Таким чином, КСВ має складну суб'єктну природу формування як результату досягнення збалансованості при задоволенні як специфічних контрактних умов акціонерного інвестування, так і при дотриманні широкого кола суспільних зобов'язань акціонерного товариства.

Отже, забезпечення корпоративної соціальної відповідальності акціонерного товариства передбачає необхідність розбудови відповідного механізму, в рамках якого буде здійснюватися поєднання статично-структурної (створення конфігурації корпоративних відносин, орієнтованої на виконання цілей та підтримку зобов'язань в рамках КСВ) та динамічно-процесної (інтеграція елементів КСВ до загального контуру стратегічного управління корпоративним розвитком та управлінського регулювання поточної діяльності корпорації для акумулювання ресурсної бази задоволення вимог і зобов'язань із соціальної відповідальності бізнесу) складових вирішення зазначеного складного питання (рис. 1).

Особливістю структурної побудови даного механізму, з нашої точки зору, є об'єктивізація управлінських потреб у широкому використанні інструментарію інституціоналізації відповідних зв'язків та відносин між стейкхолдерами при забезпеченні КСВ.

Інституціоналізація такого роду передбачає, зокрема, необхідність уніфікації типових правил (насамперед – норм корпоративної культури, сприятливої щодо вирішення завдань АТ у сфері КСВ) та стандартизації процедур ухвалення корпоративних управлінських рішень, до складу цільових орієнтирів реалізації яких обов'язково мають належати зобов'язання АТ щодо КСВ.

**Висновки з проведеного дослідження.** Зростання взаємної залежності бізнесу та різних елементів його зовнішнього оточення визначає цілком характерне для сучасних умов господарювання посилення орієнтації економічних агентів на забезпечення підприємницької соціальної відповідальності. Таке посилення стає логічним і закономірним відображенням здійснення процесів посилення і ускладнення виявів ознак фрактальної вкладеності та соціальної єдності великих підприємницьких структур із іншими складовими суспільного простору.

Корпоративна соціальна відповідальність має складну суб'єктну природу формування як результату досягнення збалансованості при задоволенні як специфічних контрактних умов акціонерного інвестування, так і широкого кола суспільних зобов'язань акціонерного товариства. Необхідною передумовою належного забезпечення корпоративної соціальної відповідальності акціонерного товариства стає розбудова відповідного механізму, заснованого на поєднанні статично-структурної (створення конфігурації корпоративних відносин, орієнтованої на виконання цілей та підтримку зобов'язань в рамках КСВ) та динамічно-процесної (інтеграція елементів КСВ до загального контуру управління корпоративним розвитком та управлінського регулювання діяльності АТ для акумулювання ресурсної бази задоволення відповідних вимог) складових реалізації завдань корпорації в сфері КСВ.

Напрямки подальших досліджень в рамках запропонованого підходу щодо структуризації механізму забезпечення корпоративної соціальної відповідальності акціонерного товариства будуть пов'язані із вивченням теоретичних та методичних аспектів підтримки збалансованості формування зобов'язань АТ за КСВ.

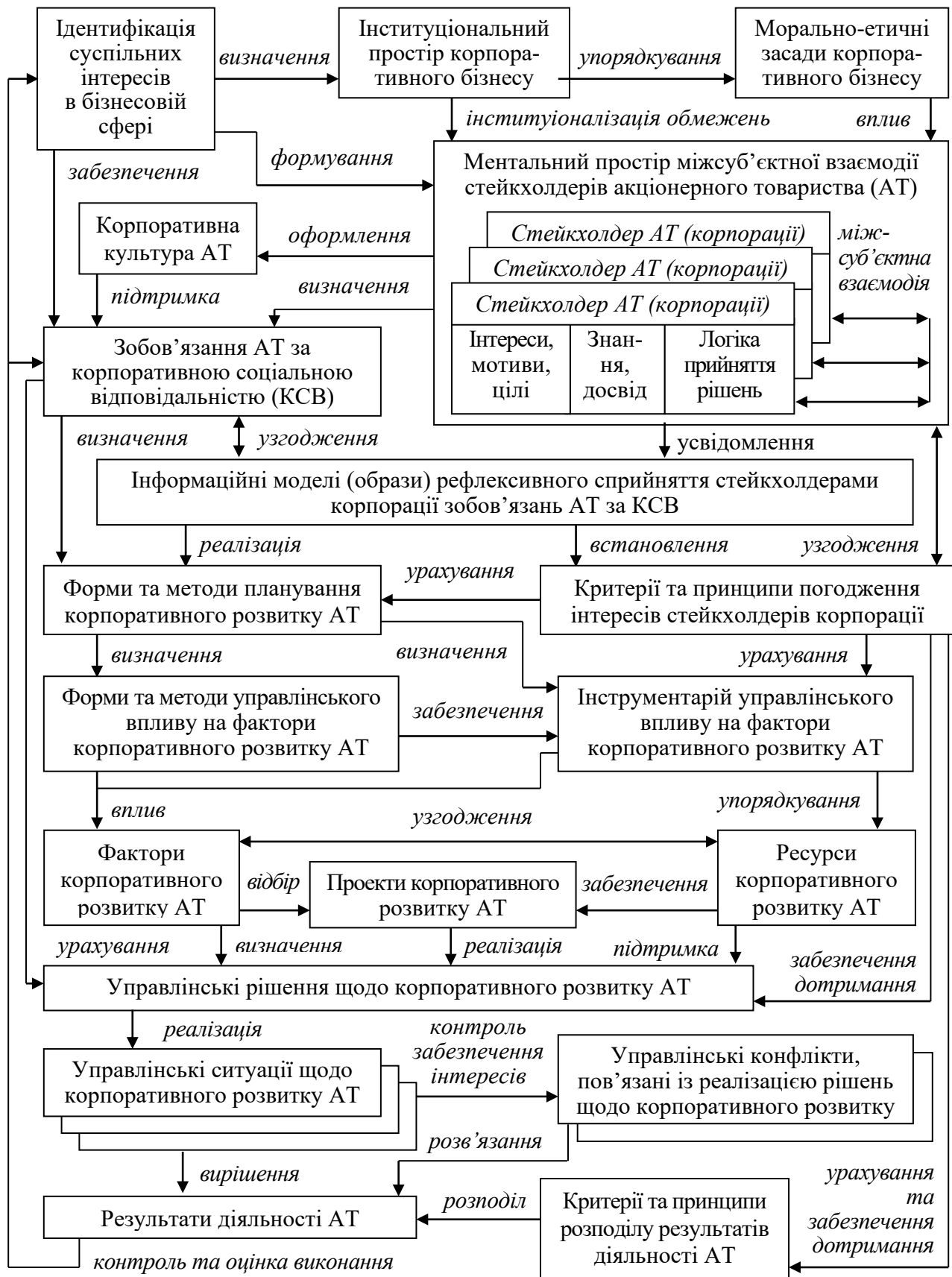


Рис. 1. Механізм забезпечення корпоративної соціальної відповідальності акціонерного товариства

Джерело: авторська розробка

## Список використаних джерел:

1. Бержанір А.Л. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник підвищення ефективності сучасного бізнесу. *Економіка і організація управління*. 2014. Вип. 1-2. С. 43–47.
2. Зибарева О.В., Вербівська Л.В. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті сталого розвитку підприємництва. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2017. Вип. 4. С. 20–35.
3. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Київ : Стандарт, 2005. 302 с.
4. Лебедев І. Корпоративна соціальна відповідальність: концепція і модель для України. *Україна: аспекти праці*. 2014. № 5. С. 13–19.
5. Carroll A.B. Managing Ethically with Global Stakeholders: a Present and Future Challenge. *Academy of Management Executive*. 2004. Vol. 18(2). P. 114–120.
6. Elhauge E. Sacrificing corporate profits in the public interest. *New York University. Law Review*. 2005. Vol. 80. P. 733–869.
7. Ismail M. Corporate Social Responsibility and its Role in Community Development: an International Perspective. *The Journal of International Social Research*. 2009. Vol. 2/9. P. 199–209.
8. Jimenez G.C., Pulos E. Good Corporation, Bad Corporation. Corporation Social Responsibility in the Global Economy: Open SUNY Textbooks. New York : Genesco, 2016. 235 p.
9. Taking Corporate Social Responsibility Seriously / Franc P. and others. Brno : Environmental Law Service, 2006. 72 p.

## References:

1. Berzhanir A.L. (2014) Korporatyvna socialjna vidpovidaljnistj jak chynnyk pidvyshhennja efektyvnosti suchasnoho biznesu [Corporate Social Responsibility as a Factor in Improving the Efficiency of Modern Business]. *Ekonomika i orghanizacija upravlinnja*, vol. 1-2, pp. 43–47.
2. Zybareva O.V., Verbivjska L.V. (2017) Korporatyvna socialjna vidpovidaljnistj v konteksti stalogo rozvytku pidpryjemnyctva [Corporate social responsibility in the context of sustainable business development]. *Visnyk Cherniveckogho torghoveljno-ekonomichnogho instytutu. Ekonomichni nauky*, vol. 4, pp. 20–35.
3. Kotler F. (2005) Korporatyvna socialjna vidpovidaljnistj. Jak zrobyty jakomogha biljshe dobra dlja vashoji kompaniji ta suspiljstva [Corporate social responsibility. How to do as much good as possible for your company and society]. Kyiv: Standart, 302 p.
4. Lebedjev I.V. (2013) Zabezpechennja stalogo rozvytku na zasadakh korporatyvnoji socialjnoji vidpovidaljnosti [Ensuring sustainable development on the basis of corporate social responsibility]. *Aktualjni problemy ekonomiky*, no. 1 (139), pp. 106–116.
5. Carroll A.B. (2004) Managing Ethically with Global Stakeholders: a Present and Future Challenge. *Academy of Management Executive*, vol. 18(2), pp. 114–120.
6. Elhauge E. (2005) Sacrificing corporate profits in the public interest. *New York University. Law Review*, vol. 80, pp. 733–869.
7. Ismail M. (2019) Corporate Social Responsibility and its Role in Community Development: an International Perspective. *The Journal of International Social Research*, vol. 2/9, pp. 199–209.
8. Jimenez G. C., Pulos E. (2016) Good Corporation, Bad Corporation. Corporation Social Responsibility in the Global Economy: Open SUNY Textbooks. New York: Genesco, 235 p.
9. Taking Corporate Social Responsibility Seriously (2006) / Franc P. and others. Brno: Environmental Law Service, 72 p.

E-mail: deng\_qiwen@yahoo.com