

Oleg Puchkov
Third-Level Higher Education Applicant (Ph.D. Degree Applicant)
Kharkiv National Automobile and Highway University

Пучков О.О.
здобувач третього рівня вищої освіти
Харківського національного
автомобільно-дорожнього університету

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-703-1-24>

MANAGEMENT OF STAKEHOLDER RELATIONS OF TRANSPORT-LOGISTICS ENTERPRISES ON THE BASIS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

УПРАВЛІННЯ СТЕЙКХОЛДЕРСЬКИМИ ВІДНОСИНАМИ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

В умовах зростаючої соціальної відповідальності бізнесу та підвищення вимог з боку суспільства до прозорості корпоративної діяльності управління стейкхолдерськими відносинами набуває стратегічного значення для транспортно-логістичних підприємств. Логістична галузь, перебуваючи на перетині інтересів широкого кола зацікавлених сторін (від клієнтів і постачальників до місцевих громад та регуляторних органів), об'єктивно потребує системного підходу до формування і підтримання партнерських відносин на засадах корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Актуальність дослідження посилюється в контексті воєнного стану в Україні, що суттєво трансформував як операційне середовище галузі, так і очікування стейкхолдерів щодо соціально відповідальної поведінки підприємств.

Теоретичним підґрунтям дослідження слугує стейкхолдерська теорія, розвинута у працях Р. Фрімена, Дж. Харрісона та Е. Вікса, які розглядають підприємство як центр мережі взаємозалежних зацікавлених сторін, кожна з яких має легітимні вимоги до його діяльності [1]. Концепція КСВ у контексті стейкхолдерських відносин знайшла відображення у роботах А. Керрола, який обґрунтував багаторівневу модель соціальної відповідальності корпорацій, що охоплює економічний, правовий, етичний та філантропічний виміри [2]. Вагомий внесок у розвиток концепції спільної цінності як основи взаємодії бізнесу та стейкхолдерів зробили М. Портер та М. Крамер, довівши, що врахування соціальних і екологічних інтересів зацікавлених сторін є джерелом довгострокових конкурентних переваг підприємства [3].

Серед вітчизняних дослідників питання КСВ та взаємодії підприємств зі стейкхолдерами розглядали Ю. Мирошниченко та А. Бондар, які адаптували міжнародні концепції соціальної відповідальності до умов українського корпоративного середовища [4]. Проблематика КСВ у транспортній та логістичній сферах знайшла відображення у дослідженнях К. Розумової та співавторів, що аналізують специфіку реалізації принципів сталого розвитку на транспортно-логістичних підприємствах України [5]. Разом з тим, комплексний підхід до управління стейкхолдерськими відносинами транспортно-логістичних підприємств саме на засадах КСВ залишається недостатньо дослідженим.

Метою дослідження є розроблення теоретико-методичних засад та практичного механізму управління стейкхолдерськими відносинами транспортно-логістичних підприємств на основі принципів корпоративної соціальної відповідальності як інструменту забезпечення сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності галузі.

Стейкхолдерів транспортно-логістичного підприємства пропонується класифікувати за критерієм ступеня залученості до його операційної діяльності та рівнем впливу на прийняття управлінських рішень. Виокремлюються первинні стейкхолдери (клієнти, постачальники послуг і ресурсів, персонал, інвестори), без підтримки яких підприємство не може функціонувати, та вторинні стейкхолдери (органи державної влади, місцеві громади, громадські організації, медіа), вплив яких є менш прямим, проте суттєвим для формування репутаційного капіталу підприємства [1]. Така класифікація дозволяє диференціювати стратегії взаємодії залежно від пріоритетності інтересів кожної групи.

Управління стейкхолдерськими відносинами на засадах КСВ передбачає реалізацію чотирьох взаємопов'язаних функцій: ідентифікації стейкхолдерів та картографування їх інтересів; діагностики рівня задоволеності та очікувань зацікавлених сторін; формування стратегій взаємодії з урахуванням принципів економічної, соціальної та екологічної відповідальності; моніторингу та оцінювання ефективності стейкхолдерських відносин [2]. Системне виконання зазначених функцій забезпечує цілісність і узгодженість управлінського процесу.

Для транспортно-логістичних підприємств особливої ваги набуває екологічний вимір КСВ, зумовлений значним впливом галузі на навколишнє середовище. Зокрема, управління викидами CO₂, впровадження «зеленої логістики», оптимізація маршрутів та перехід на альтернативні джерела енергії є не лише вимогами регуляторів, а й очікуваннями широкого кола стейкхолдерів [6]. Урахування екологічних аспектів у стейкхолдерській стратегії сприяє зміцненню ділової репутації підприємства та розширенню клієнтської бази, орієнтованої на принципи сталого розвитку.

Соціальний вимір управління стейкхолдерськими відносинами транспортно-логістичного підприємства охоплює забезпечення гідних

умов праці персоналу, підтримку місцевих громад у регіонах присутності, реалізацію програм розвитку транспортної інфраструктури та сприяння соціальній інклюзії у сфері мобільності [4]. В умовах воєнного стану соціальна складова КСВ набуває додаткової актуальності: участь підприємств у гуманітарних ініціативах, забезпечення логістичної підтримки переміщених осіб та збереження робочих місць стають важливими індикаторами соціальної відповідальності перед ключовими стейкхолдерами.

Запропоновано матрицю пріоритизації стейкхолдерів транспортно-логістичного підприємства за двома осями: «рівень впливу стейкхолдера на підприємство» та «ступінь залежності стейкхолдера від діяльності підприємства». Матриця дозволяє виділити чотири квадранти взаємодії: «партнери» (висока взаємна залежність – клієнти, ключові постачальники); «регулятори» (високий вплив при низькій залежності – органи влади); «вразливі групи» (низький вплив при високій залежності – місцеві громади); «периферійні стейкхолдери» (низька взаємна залежність – широка громадськість). Диференційовані стратегії взаємодії для кожного квадранту підвищують ефективність використання ресурсів КСВ.

Для оцінювання ефективності управління стейкхолдерськими відносинами на засадах КСВ розроблено систему індикаторів, що включає: індекс залученості стейкхолдерів; рівень відповідності діяльності підприємства міжнародним стандартам КСВ (ISO 26000, GRI Standards); показник репутаційного капіталу; коефіцієнт конфліктності стейкхолдерських інтересів. Комплексне застосування зазначених індикаторів забезпечує об'єктивну діагностику якості стейкхолдерських відносин та дозволяє оперативно коригувати стратегію КСВ підприємства.

Практичним результатом дослідження є розроблення алгоритму формування КСВ-стратегії управління стейкхолдерськими відносинами транспортно-логістичного підприємства, що передбачає такі етапи: аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища; ідентифікацію та класифікацію стейкхолдерів; діагностику їх інтересів та очікувань; визначення пріоритетів КСВ-діяльності; розроблення програм взаємодії за напрямками (економічним, соціальним, екологічним); реалізацію програм та моніторинг результатів; звітування перед стейкхолдерами відповідно до міжнародних стандартів нефінансової звітності.

Таким чином, управління стейкхолдерськими відносинами транспортно-логістичних підприємств на засадах КСВ є комплексним управлінським процесом, що інтегрує економічні, соціальні та екологічні аспекти діяльності підприємства в єдину стратегію взаємодії із зацікавленими сторонами. Розроблені теоретико-методичні засади та практичний інструментарій сприятимуть підвищенню рівня соціальної відповідальності вітчизняних транспортно-логістичних підприємств, зміцненню їх репутаційного капіталу та формуванню стійких конкурентних переваг в умовах динамічного ринкового середовища.

Література:

1. Freeman R. E., Harrison J. S., Wicks A. C., Parmar B. L., de Colle S. Stakeholder Theory: The State of the Art. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. 343 p. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511815768>
2. Carroll A. B. Corporate Social Responsibility: The Centerpiece of Competing and Complementary Frameworks. *Organizational Dynamics*. 2015. Vol. 44. No. 2. P. 87–96. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2015.02.002>
3. Porter M. E., Kramer M. R. Creating Shared Value. *Harvard Business Review*. 2011. Vol. 89. No. 1/2. P. 62–77.
4. Мирошниченко Ю. О., Бондар А. В. Модель взаємодії стейкхолдерів у реальному секторі економіки України в контексті КСВ. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. Вип. 5(16). С. 71–74.
5. Разумова К., Кириленко О., Новак В., Гуріна Г., Зарубінська І. Забезпечення корпоративної соціальної відповідальності у транспортних системах. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2022. Т. 2, № 43. С. 342–348. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.43.2022.3710>
6. Crane A., Matten D. Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization. 4th ed. Oxford: Oxford University Press, 2016. 605 p.