

Н.С. Краснокутська, д-р екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)
О.А. Круглова, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

ЦІННІСНО-ОРІЄНТОВАНЕ УПРАВЛІННЯ: ПРОБЛЕМИ ВЕРИФІКАЦІЇ ТА ВИБОРУ ІНСТРУМЕНТАРІЮ

Ціннісно-орієнтоване управління є досить «молодою» управлінською концепцією, інтерес до якої обумовлений бажанням стейкхолдерів (власників, менеджерів, постачальників, покупців і т.д.) отримати максимальну вигоду від їх взаємодії під час здійснення економічної діяльності. Передумовою такого інтересу є універсальність цінності як можливого критерію прийняття рішень, кої для кожної зацікавленої сторони цінність бізнесу визначається своїм набором характеристик. Можливість через цінність пов'язати інтереси різних стейкхолдерів обумовлює необхідність її формалізованого опису та побудови на цій основі систем прийняття управлінських рішень.

У зв'язку з тим, що розширення ціннісної пропозиції для однієї групи стейкхолдерів може викликати закономірне зниження вигід для іншої, впровадження концепції ціннісно-орієнтованого управління вимагає узгодження інтересів та пошуку компромісних рішень. Саме це зумовило коло завдань проведеного дослідження, у межах якого була висунута гіпотеза, що створення додаткової цінності для власників не входить у протиріччя із зростанням задоволеності інших стейкхолдерів за рахунок розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Ключовим напрямом для підтвердження цієї гіпотези стало виявлення залежності між економічною доданою цінністю (economic value added, EVA), яка певною мірою відображає інтереси власників, та ініціативами щодо розвитку соціальної відповідальності для задоволення інтересів покупців, персоналу, постачальників, держави і суспільства в цілому.

Для верифікації положень про здатність соціально відповідальних підприємств задовольняти фінансові інтереси власників сформовано вибірку сукупність із 20 підприємств, 10 з яких входять до рейтингу «ТОП-500 найбільших компаній Центральної та Східної Європи» (Deloitte Touche Tohmatsu), і 10 – представлені в рейтингу соціально відповідальних компаній України, що приєдналися до Глобального договору ООН. Для розрахунку EVA використані дані про чистий прибуток та величину власного капіталу підприємств вибіркової сукупності, а також дані про процентні ставки за депозитами для нефінансових корпорацій за 2010-2012 рр..

Результати розрахунків економічної доданої цінності дозволили зробити висновок про те, що соціально відповідальні підприємства-учасники Глобального договору ООН змогли не тільки забезпечити створення економічної доданої цінності для власників, але й одночасно успішно реалізувати соціальні ініціативи. Структурна характеристика досліджуваних підприємств залежно від значень EVA дозволила визначити, що переважно негативне її значення мало місце тільки в 2010 р. (для 60% досліджуваних об'єктів) та характерно більшою мірою для групи підприємств рейтингу «ТОП-500». На кінець 2012 р. таких підприємств залишилося 35%, з них лише 15% входили до групи соціально відповідальних. У цілому негативне значення EVA в контексті даного дослідження означає, що в досліджуваному періоді такі підприємства не забезпечили власникам норму повернення на вкладений капітал, а прийняті у цьому періоді рішення працювали не на створення, а на руйнування цінності.

Частка підприємств, що публікували корпоративну соціальну звітність, з позитивною величиною економічної доданої цінності в 2010-2012 рр. становила 50-70%, що, безумовно, говорить тут не тільки про зростання цінності власного капіталу, але і про правильний вектор реалізованих соціальних програм у межах заходів із підвищення корпоративної соціальної відповідальності.

Таким чином, результати дослідження підтвердили наявність позитивного взаємозв'язку між корпоративною соціальною відповідальністю і задоволенням фінансових інтересів власників. Отже, інструменти стейкхолдерського підходу до ціннісно-орієнтованого управління дозволяють реалізувати не тільки програми збалансованого соціального розвитку, але і досягати фінансові цілі, що сприяє більш повному задоволенню інтересів різних зацікавлених сторін.