

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

НТУ «Дніпровська політехніка»

Пісчасова І.О.

Науковий керівник: к.е.н., доц. Комарова К.В.

Розвиток українського бізнесу, інтеграція до світової економічної системи ставить перед вітчизняними підприємствами нові завдання, які пов'язані з активізацією процесів у сфері соціальної відповідальності в Україні. Бізнес не може діяти ізольовано від суспільства, оскільки він сам є частиною соціуму. Від діяльності підприємств багато в чому залежить стан природного середовища, якість споживчих товарів.

Процес розвитку в Україні соціально відповідального бізнесу потребує активної участі держави, яка визначає розвиток соціально відповідального бізнесу одним із пріоритетів державної політики. У багатьох країнах світу існує державна політика з підтримки і просування соціальної відповідальності. Вона є одним з інструментів підвищення конкурентоздатності економіки країни, збільшення її інвестиційної привабливості, зміцнення міжнародного бренда.

Відповідно до розробленої Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року забезпечення в Україні сталого економічного зростання, інтеграційні процеси приєднання до ЄС, Організації економічного співробітництва та розвитку потребують запровадження сучасних механізмів взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які дадуть змогу посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя, створити умови для подальшого соціально-економічного розвитку держави та суспільства [1].

Соціальна відповідальність сприяє не лише покращенню іміджу підприємства, але й забезпечує конкурентну перевагу на довгострокову перспективу, вихід на нові ринки. До основних переваг ведення українськими підприємствами соціально відповідального бізнесу можна віднести:

1. Поліпшення фінансових показників. Багато досліджень, проведених у різних країнах, засвідчують пряму залежність між якістю політики соціальної відповідальності компанії та поліпшенням її фінансових показників.

2. Поліпшення іміджу та репутації брендів.

3. Підвищення продажу та лояльності споживачів. Успішна та продумана політика соціальної відповідальності істотно впливає на рівень продажу, здійснюваного компанією, та лояльність щодо неї споживачів.

4. Зменшення плинності кадрів, підвищення відданості персоналу.

5. Скорочення тиску з боку перевіряючих органів.

Сьогодні концепція «корпоративна соціальна відповідальність» утверджується як невід'ємний елемент корпоративного управління та спосіб ведення підприємницької діяльності. Кожне підприємство при формуванні стратегічних напрямків визначає елементи соціальної відповідальності,

необхідні для реалізації свої інтересів та інтересів зацікавлених груп учасників. Це дозволить підвищити конкурентоспроможність та покращити результати фінансово-господарської діяльності.

Стратегія соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) – план дій, спрямований на виконання місії соціально-орієнтованого підприємства, досягнення цілей на довгострокову перспективу розвитку підприємства та забезпечення внеску в розвиток суспільства. Запровадження стратегії СВБ пов'язане також з певними ризиками, найбільші з яких: збільшення експлуатаційних видатків, плинності кадрів, рівня прогулів, додаткової вартості на кожного працівника та калькуляції цін. До недоліків визнання соціальної відповідальності можна віднести: порушення принципу максимізації прибутку; зростання собівартості за рахунок збільшення витрат на соціальні потреби; неможливість забезпечення високого рівня підзвітності суспільству; невміле задоволення соціальних потреб; застосування соціальної відповідальності тільки для рекламних цілей [3].

Стратегія соціально відповідального бізнесу є основною складовою, яка має бути інтегрована в стратегію розвитку підприємства. При формуванні корпоративної стратегії необхідно визначити та розробити заходи, які б дозволили підвищити конкурентоспроможність українських компаній, серед яких можна запропонувати наступні:

- формування корпоративної стратегії базувати на принципах розуміння потреб і очікувань суспільства, підвищення ефективності управління ризиками, поліпшення взаємовідносин із зацікавленими сторонами, покращення репутації підприємства в цілому;
- узгоджувати кожен етап та рівень формування корпоративної стратегії з базовою концепцією соціально відповідального бізнесу;
- упровадити принципи корпоративної соціальної відповідальності в діяльність органів державної влади і місцевого самоврядування.

На нашу думку, діяльність вітчизняних підприємств у галузі корпоративної соціальної відповідальності має бути тісно пов'язана з корпоративною стратегією та одним із найважливіших чинників їх сталого розвитку. Експерти прогнозують, що у майбутньому значення соціальної відповідальності тільки зростатиме в умовах підвищення вимог заінтересованих сторін, кліматичних змін, глобалізації й урбанізації країн. За таких обставин впровадження стратегії корпоративної соціальної відповідальності в практику діяльності підприємств набуває актуальності.

Перелік посилань:

1. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 січ. 2020 р. № 66-р. – URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>

2. Комарова К.В. Корпоративна соціальна відповідальність як складова стратегії управління підприємствами малого та середнього бізнесу / К.В. Комарова, Н.В. Ковальчук // Інноваційна економіка. – 2016. – № 5-6 (63). – С. 25 – 30.