

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЄЮ

О. М. Соляник, к.е.н.

Сумський державний університет

У статті визначено ключові ознаки концепції корпоративної соціальної відповідальності які відрізняють її від окремих благодійних проєктів, розкрито її значення для успішної діяльності фірми, досліджено зовнішні та внутрішні напрями реалізації програм корпоративної соціальної відповідальності, обґрунтовано необхідність подальшого удосконалення теоретичних підходів та дослідження практичного досвіду соціально-відповідальної діяльності фірми.

Останнім часом важливою умовою гармонійної інтеграції компанії у світове співтовариство є відповідність її діяльності інтересам громадськості. Розуміння сучасних соціальних, культурних, екологічних та економічних проблем, активна робота щодо їх вирішення стає важливою умовою успіху фірми.

Питаннями соціальної корпоративної відповідальності (далі – КСВ) займалися такі закордонні та вітчизняні вчені як Дж. Елкінгтон, А. Керолл, Ф. Котлер, М. Фрідман, М. Гаврицька, А. Гриненко, А. Колот, Р. Курінько В. Куценко, С. Мельник та ін. Проте недостатність досвіду розробки та реалізації ефективної політики у вказаному напрямі обумовлюють необхідність подальших досліджень.

Порівняння підходів різних авторів та міжнародних організацій (Світова рада компаній зі сталого розвитку, Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності, Організація Економічної співпраці та розвитку) до визначення поняття КСВ свідчить, що незважаючи на певні відмінності, ключовими поняттями концепції є добровільна, активна, системна робота бізнес-одиниць щодо впровадження принципів сталого розвитку у свою повсякденну діяльність а також забезпечення власного внеску у вирішення ключових соціальних проблем з метою отримання конкурентних переваг.

Конкурентні переваги можуть досягатися за рахунок

- правильного визначення пріоритетів та напрямів розвитку з урахуванням їх соціальної орієнтації;
- своєчасної діагностики проблем та реалізації заходів щодо їх вирішення;
- зменшення виробничих витрат за рахунок впровадження сучасних досягнень логістики, підвищення ефективності використання ресурсів та зменшення відходів;

- використання пільг, передбачених законодавством для соціально-відповідальних підприємств;
- отримання переваг під час взаємодії з іншими виробничими та фінансовими організаціями;
- зменшення ризиків щодо втрати (недоотримання) прибутку внаслідок штрафних санкцій або заборони діяльності;
- підвищення інвестиційної привабливості організації;
- зниження витрат на розроблення проектної документації, реконструкцію та будівництво природоохоронних об'єктів чи впровадження нових технологій внаслідок зменшення кількості претензій з боку суспільства та органів виконавчої влади;
- збільшення сегменту ринку завдяки обізнаності та бажанню споживачів користуватися продукцією компанії;
- оптимізація страхових витрат.

Питання КСВ регламентуються системою стандартів: ISO 9000 «Менеджмент якості», EMAS «Схема екологічного менеджменту та аудиту Європейського союзу», ISO:14000 «Система управління навколишнім середовищем», SA 8000 «Соціальна відповідальність», AA1000 (система якості звітності організації), Global Reporting Initiative (Глобальна ініціатива зі звітності щодо економічного, екологічного та соціального впливу на навколишнє середовище), OHSAS 18000 «Менеджмент охорони здоров'я та безпеки праці».

Спроби сформуванню універсальну концепцію соціальної корпоративної відповідальності знайшли відображення у стандарті ISO 26000, запропонованому Міжнародною організацією зі стандартизації. ISO 26000 враховує положення вищеперерахованих стандартів, з метою забезпечення сумісності з іншими системами, необхідними широкому колу користувачів. Стандарт виходить із засадничих принципів, які, водночас, визначаються як стратегічні цілі реалізації корпоративної соціальної відповідальності, зокрема такі:

- виробництво якісної продукції та послуг для споживачів;
- інвестиції у розвиток виробництва та людського потенціалу;
- неухильне виконання вимог законодавства (податкового, трудового, екологічного);
- побудова добросусідських і взаємовигідних відносин із зацікавленими сторонами;
- концепція бізнесу, орієнтованого на підвищення національної конкурентоспроможності;
- врахування суспільних очікувань та загальноприйнятих етичних ділових практик;
- формування громадянського суспільства через партнерські програм»

проекти суспільного розвитку [5].

Програми соціальної корпоративної відповідальності можуть спрямовуватися як на внутрішнє так і на зовнішнє середовище компанії. Прикладами внутрішніх програм можуть бути: безпека та гігієна праці, соціальна захищеність працівників, сприяння розвитку персоналу компанії, раціональне використання ресурсів, рециркуляція відходів.

Серед зовнішніх програм найбільше поширення дістали такі: виробництво соціально значущих продуктів та послуг; використання у технологічному циклі вторинної сировини; відповідальність під час рекламних та маркетингових заходів під час просування продукції; взаємодія з місцевою радою та громадою щодо розвитку регіону; просвітницька діяльність; підтримка та активна співпраця з соціально-відповідальними партнерами.

Жодна організація не може функціонувати в ізоляції. В неї зазвичай складаються різні цільові аудиторії: споживачі, партнери, фінансові та суспільні організації, органи місцевого самоврядування. Компанія повинна чітко усвідомлювати не тільки сьогоденні але і майбутні вимоги до її діяльності. Програми КСВ повинні бути невід'ємною складовою всіх організаційних та виробничих процесів а також післяреалізаційного обслуговування. Результати та досягнення таких програм повинні знаходити відповідне відображення в звітності компанії, регулярно надходити до зацікавлених сторін. Реалізація стратегії соціальної корпоративної відповідальності повинна сприяти сталому розвитку та покращенню позицій самої компанії.

Економічна ефективність впровадження елементів корпоративної відповідальності в системі управління підприємством полягає у зростанні не тільки показника соціального ефекту (ефективності для суспільства), а й вигоди для самого підприємства - вплив на основну діяльність. При цьому, говорячи про вигоди соціальної відповідальності підприємства, треба зазначити, що ці вигоди найбільш яскраво проявляються у таких сферах як фінанси, маркетинг, продажі, управління персоналом. Окрім цього, слід зазначити цінність заходів соціальної відповідальності в такій сфері як управління ризиками. Вигода характеризується створенням стабільного бізнес-середовища, зниженням операційних ризиків, створенням позитивного іміджу, зміцненням довіри, збільшенням капіталізації, зростанням фінансових показників, підвищенням продуктивності праці, розвитком інновацій, що сприяє зростанню ринку та ін. [4].

Нажаль, недостатня обізнаність українських підприємців з особливостями формування стратегії та впровадження програм КСВ обумовлює реалізацію ними окремих проектів, що мають справити позитивне враження на цільову аудиторію. Такі проекти досить часто ніяк не пов'язані з основною діяльністю компанії. Основна ж діяльність компанії може призводити до виникнення певних соціальних чи екологічних ризиків. У такому видку

компанії досить часто звинувачують у відволіканні суспільної уваги від реальних проблем спричинених її діяльністю. Тож проведені заходи можуть мати зворотній негативний ефект. З вищесказаного можна зробити висновок про необхідність подальшого удосконалення теоретичних підходів та дослідження практичного досвіду соціально-відповідальної діяльності компаній які досягли суттєвих результатів у даному напрямку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. ISO 26000: 2010– Руководство по социальной ответственности. [Електронний ресурс] . – режим доступу <http://www.klubok.net/Downloads-index-req-viewdownloaddetails-lid-243.html>
2. Катихін Є.О. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу та її основні принципи / Є.О. Катихін //Статистика України. – 2011. – №3. – С. 83-86.
3. Курицько Р.Н. Осваиваем КСО: просто о сложном / Р. Н. Курицько - К.: Издательство «Журнал Радуга», 2011 – 204 с.
4. Мельник С. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України. / С. Мельник // Економіка та держава. - №5. - 2008. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [lir.lg.ua>shlahi.doc](http://lir.lg.ua/shlahi.doc)
5. Поважний, О. С. Корпоративне управління [Текст] : підручник / О. С. Поважний, Н. С. Орлова, А. О. Харламова. — К. : Кондор, 2013. — 244 с.
6. Центр розвитку КСВ - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://csr-ukraine.org/>.

Матеріали надійшли 29 серпня 2013 р.