

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Соціальна спрямованість бізнесу – це сполучення соціально відповідальних підходів до ведення бізнесу і спеціальної діяльності компанії з вирішення соціальних проблем у суспільстві. Корпоративна соціальна відповідальність (далі КСВ) є однією зі складових іміджу організації.

Узагальнене трактування поняття корпоративної соціальної відповідальності включає: корпоративну етику; корпоративну соціальну політику стосовно суспільства та у сфері охорони навколишнього середовища; принципи і підходи до корпоративного управління та корпоративної поведінки; питання дотримання прав людини у відносинах з постачальниками, споживачами, персоналом.




В ЄС питання щодо впровадження принципів КСВ вже давно набуло міждержавного значення. Його правову основу нині складають ряд документів. [1, 2, 3].

Саме під цим кутом є сенс аналізувати потенційний зиск, який може отримати організація від імплементації КСВ у свою бізнес практику. Він, зокрема, полягає у наступному:

1. Поліпшення управління завдяки запобіганню ризикам.
2. Покращення репутаційного менеджменту.
3. Збільшення обсягу продажу та частки ринку.
4. Розширення можливостей для залучення, утримання, мотивування співробітників організації.
5. Оптимізація операційних процесів та зменшення виробничих витрат.
6. Покращення доступу до капіталів та лояльність інвесторів.
7. Налагодження та побудова дієвих відносин з контрагентами.
8. Поліпшення фінансових та економічних показників діяльності.[1]

Таблиця 1 – Матриця доцільності впровадження КСВ

	Фактори сталого розвитку						
	Корпоративне управління та активність		Екологічні фактори		Соціально-економічний розвиток		
	Корпоративне управління	Активність груп впливу	Покращення екологічних процесів	Екологічний розвиток місцевості	Економічне розвиток місцевості	Розвиток громади	Управління людськими ресурсами
Зростання доходів, доступ до ринку	1	2	3	4	5	6	7
Скорочення витрат та продуктивність	8	9	10	11	12	13	14
Доступ до капіталу	15	16	17	18	19	20	21
Управління ризиком	22	23	24	25	26	27	28
Людський капітал	29	30	31	32	33	34	35
Репутація компанії	36	37	38	39	40	41	42

	Немає доказів умов доцільності КСВ
	Деякі свідчення умов доцільності КСВ
	Наявні докази умов доцільності КСВ

Для визначення переваг соціально відповідального бізнесу можна скористатися матрицею доцільності, яка представлена в таблиці 1. Ця матриця була складена на основі аналізу компаній у країнах Центральної та Східної Європи [4].

Комплексним показником рівня соціальної відповідальності та корпоративної культури компанії є Індикатор Соціальної Цінності (*SVI – Social Value Indicator*), що узагальнює значення зведених показників за напрямками «Працівники», «Споживачі», «Екологія / Суспільство» і дозволяє зробити висновок про ступінь досягнення соціальної відповідальності організації [5].

На українських підприємствах заходи програм КСВ повинні підтримуватися з боку держави, якій необхідно створювати нормативні документи для контролю за виконанням заходів та стимулювати підприємства до активного впровадження стратегій КСВ.

1. Офіційний веб-сайт Української мережі Глобального Договору ООН. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.globalcompact.org.ua/ua> станом на 16.03.2008.

2. Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності / European Alliance for CSR [Електронний ресурс] – <http://ec.europa.eu/enterprise>.

3. Communication from the Commission concerning Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development 02.07.2002

4. Посібник з корпоративної соціальної відповідальності. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://rpw.org.ua/files/content/CSRGuide_print12.05.08.pdf

5. А. Криль. Відповідальне ведення бізнесу / А. Криль [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.bat.ua