

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Злотник Олексій Володимирович,

Аспірант

Національний університет харчових технологій

м. Київ, Україна

alexeyzlotnik@gmail.com

Бєлова Тетяна Геннадіївна,

К.е.н., доц.

м. Київ, Україна

Національний університет харчових технологій

tanya.luda@gmail.com

Вступ. Запорукою успішного підприємництва на сучасному етапі розвитку суб'єктів господарювання постає їх соціально відповідальна поведінка. Ефективним інструментом, що забезпечує стійку конкурентну перевагу як міжнародним, так і вітчизняним компаніям виступає впровадження останніми концепції соціальної відповідальності в свій бізнес. Інвестиційно - привабливими в епоху соціально свідомого середовища для співробітників й клієнтів є ті суб'єкти господарювання, для яких головними є принципи корпоративної соціальної відповідальності.

Мета роботи. Метою роботи є обґрунтування необхідності використання концепції корпоративної соціальної відповідальності.

Матеріали і методи. Були використані кабінетні методи дослідження.

Результати і обговорення. Корпоративна соціальна відповідальність являє собою концепцію, яка передбачає можливість інтеграції бізнесу із соціальними та екологічними наслідками діяльності [3]. Концепція корпоративної соціальної

відповідальності передбачає врахування семи головних аспектів: корпоративне управління, права людини, трудові відносини, довкілля, чесні операційні практики, відносини зі споживачами, розвиток громад [1]. Так, корпоративна соціальна відповідальність суб'єктів господарювання повинна характеризуватись їхньою етичною поведінкою задля підвищення якості життя суспільства та враховувати баланс економічних, екологічних, етичних і соціальних аспектів бізнесу [5]. Компанії, які сповідують принципи корпоративної соціальної відповідальності, мають приймати рішення й виконувати дії, що є прийнятними відповідно до мети та суспільних цінностей.

Напрацювання вчених-економістів та практиків у сфері соціальної відповідальності показують, що стійкий соціально-економічний розвиток суб'єктів господарювання залежить не лише від рівня забезпечення економічної інфраструктури, політичної стабільності чи інноваційності бізнес-процесів, а й від стану їх соціальної відповідальності. Інститут корпоративної соціальної відповідальності пройшов шлях від організаційно-управлінських заходів глобальних корпорацій до стандартних технологій упровадження цього феномену в практику організацій різноманітних форм власності і господарювання, різних розмірів та видів економічної діяльності, що функціонують у всьому світі. Все більша кількість суб'єктів господарювання стає на шлях корпоративної соціальної відповідальності та розглядає останню як корпоративну стратегію стійкого розвитку [4]. Так, тенденції розвитку корпоративної соціальної відповідальності вітчизняних успішних компанії у цілому узгоджуються зі світовими тенденціями поступової інтеграції принципів соціальної відповідальності в корпоративну політику, стратегію зростання соціальних інвестицій, що відповідає інтересам як самих суб'єктів господарювання, так і суб'єктів зовнішнього середовища. Економічний устрій сприяв формуванню чіткої, усвідомленої потреби вивчення проблематики соціальної відповідальності з боку бізнесових структур. Прогресивні світові компанії активно заохочують проведення фундаментальних

досліджень у царині соціальної відповідальності, сприяють залученню представників урядів, науковців та бізнесу до обговорення цієї проблематики, активно долучаються до ділових нарад.

Основні думки щодо змісту корпоративної соціальної відповідальності знайшли відображення у моделі, яку запропонував А. Керрол. Вона мала ряд модифікацій до набуття своєї остаточної значущості. Остаточна модель А. Керролла враховує 4 типи соціальної відповідальності організації: економічну, правову, етичну та дискреційну. Дискреційна відповідальність за А. Керроллом пов'язана зі сферою, в якій суспільство ще не сформувало чітких очікувань, і вона є такою за змістом, що передбачає індивідуальний добровільний вибір менеджера [5]. Нажаль, сучасний стан корпоративної соціальної відповідальності вітчизняних суб'єктів господарювання не відповідає міжнародним стандартам через спрямованість політики їхнього стратегічного управління на досягнення економічних результатів. Дана ситуація вимагає негайного інтегрування соціального складника бізнесу та корпоративної стратегії. В такому поєднанні процедура розробки соціальної стратегії з корпоративної відповідальності, повинна передбачати:

- сталу підтримку власників бізнесу, вищого керівництва та провідних фахівців компанії;
- аналіз діяльності конкуруючих компаній;
- розробку програми дій;
- наявність альтернативних варіантів реалізації програми дій;
- відповідність ключових сфер у внутрішній та зовнішній корпоративній соціальній відповідальності діючій бізнес-стратегії певної компанії [2].

Стратегія з соціальної відповідальності є офіційним документом, який визначає цінності та стандарти операційної діяльності компанії. Стратегія з соціальної відповідальності має враховувати як особливості зовнішнього

середовища, так і напрям діяльності та масштаби ведення бізнесу компанією, інвестиції у людський капітал компанії [2].

Слід зазначити, що реалізація стратегії корпоративної соціальної відповідальності повинна носити циклічний характер та передбачати безперервну модернізацію організаційної структури управління з урахуванням кон'юнктури внутрішнього і зовнішнього середовища. Важливим також є системний і виважений підхід до визначення набору потреб кожної із груп стейкхолдерів, що мають вплив на діяльність суб'єкта господарювання. Віддавати перевагу слід лише тим потребам, задоволення яких забезпечить максимальний ефект для компанії. А тому правильно розставлені пріоритети між альтернативними програмами соціальних заходів дозволить дійти до найбільш оптимального втілення стратегії корпоративної соціальної відповідальності.

Особливістю корпоративної соціальної відповідальності українських бізнесових структур має бути орієнтація на європейські стандарти, що викликано євроінтеграційним вектором розвитку України в середньостроковій та в довгостроковій перспективі [1]. Натомість, реалії соціальної відповідальності вітчизняних суб'єктів господарювання набувають прояв в максимально повній сплаті податків, дотриманні законодавства про працю та охорону навколишнього середовища, в створенні робочих місць, в добродійних заходах.

Висновки. Всі вище окреслені заходи спрямовані на зовнішнє середовище компанії. В той же час, підвищення продуктивності та конкурентоспроможності, покращення іміджу, оптимізація витрат та прискорення товарообігу, нарощення аудиторії кількості споживачів, реалізація програм зі стратегічного розвитку компанії, – все це ініціативи, спрямовані на внутрішнє середовище. Більшість суб'єктів господарювання, що належать до малого та середнього бізнесу, особливу увагу приділяють внутрішнім соціальним програмам, спрямованим на власні трудові ресурси. Участь малих бізнесових структур в соціальній діяльності носить,

як правило, неформальний характер, що пов'язано з відсутністю у них управлінських навиків з питань соціальної відповідальності.

Список літератури

1. Гоголя О.П., Кудінова І.П. Соціальна відповідальність бізнесу. Київ : Видавництво Національного університету біоресурсів та природокористування України, 2008. 79 с.
2. Камишнікова Е. В. Інтеграція корпоративної соціальної відповідальності у корпоративну стратегію. Економічний аналіз: зб. наук. праць. Тернопіль: Видавничо - поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2017. Том 27. № 1. С. 199-205.
3. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. /Пер. з англ. С. Яринич. Київ : Стандарт, 2005. 302 с.
4. Лазаренко О., Колишко Р. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності. Київ : Енергія, 2008. 96 с.
5. Саприкіна М., Ляшенко О., Саєнсус М. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика : посібник. Київ : Вид-во «Фарбований лист», 2011. 480 с.