

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Анотація. У статті досліджено значущість корпоративної соціальної відповідальності як чинника розвитку потенціалу підприємства, визначено сутнісні характеристики підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства під впливом КСВ.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність; потенціал підприємства; конкурентоспроможність підприємства; стейкхолдери.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A FACTOR OF ENTERPRISE POTENTIAL DEVELOPMENT

Abstract: The article examines the importance of corporate social responsibility as a factor in the development of the enterprise's potential, defines the essential characteristics of increasing the level of competitiveness of an enterprise under the influence of CSR.

Keywords: corporate social responsibility; enterprise potential; company competitiveness; stakeholders.

Сучасний етап розвитку ринкової економіки передбачає відповідальність компаній перед суспільством шляхом здійснення діяльності, завдяки якій вони враховують соціальні інтереси, включаючи соціальні та екологічні аспекти. Підприємства реалізують заходи, що відповідають потребам суспільства за власною ініціативою, поза встановленими законом вимогами. Новітні концептуальні підходи до ведення соціально відповідального бізнесу обумовлюють необхідність інтеграції вирішення різноманітних соціальних і екологічних проблем у свою підприємницьку діяльність.

Корпоративна соціальна відповідальність є комплексом взятих компанією зобов'язань, виконання яких передбачає спрямованість на досягнення внутрішніх та зовнішніх цілей на основі прийняття управлінських рішень, що відповідають прагненням споживачів, акціонерів, персоналу.

Найголовнішою передумовою розвитку конкурентних можливостей підприємства є імплементація принципів соціальної відповідальності у систему стратегічного управління ним. Таким чином підвищується ефективність соціальної відповідальності у довгостроковій перспективі на основі взаємозв'язку між виконанням соціальних проектів і зростанням репутації та фінансовими результатами діяльності компанії.

Застосовуючи принципи соціальної відповідальності, підприємницькі структури не лише приваблюють потенційних інвесторів і посилюють конкурентні позиції, але і підвищують рівень суспільної довіри, і, таким чином, розширюють коло покупців, клієнтів, можливості найму на роботу кваліфікованого персоналу, покращення відносин з місцевими громадами тощо.

Усе це загалом позитивно впливає на розвиток потенціалу підприємства. Науковці стверджують, що сутнісними характеристиками соціальної відповідальності як засадничої стратегії корпоративного управління в компанії є:

- коригування стратегії розвитку;
- збільшення обсягів продажу та частки ринку;
- мотивація співробітників підприємства;
- оптимізація бізнес-процесів та витрат;
- підвищення інвестиційного клімату;
- гармонізація відносин з бізнес-середовищем;
- поліпшення фінансових та економічних показників [1].

Як вказує Н. Супрун [2, с. 67], впровадження КСВ у бізнес-діяльність компаній створює можливості для:

- оптимізації стратегії розвитку завдяки запобіганню ризикам (соціальним, економічним, екологічним, юридичним);
- збільшення обсягів продажу та частки ринку;
- мотивації співробітників компанії;
- оптимізації операційних процесів та зменшення виробничих витрат;
- покращення інвестиційного клімату;
- гармонізації відносин з бізнес-середовищем, урядовими структурами та неурядовими організаціями;
- поліпшення фінансових та економічних показників діяльності [2, с. 67].

А. Черпак доводить, що у сучасному світі для корпорацій масового типу виробництва, які діють на глобальних ринках, КСВ стає важливою конкурентною перевагою, яка допомагає здійснювати наступальні конкурентні стратегії (зі швидкого захоплення нових ринків) та захисних стратегій (щодо завойованих потужних ринкових позицій). При цьому, коли вичерпані інші можливості створення відмінних рис власної продукції (послуг), великі корпорації мають змогу звернутися до КСВ і презентувати власний продукт чи власну діяльність, пов'язану зі створенням цього продукту чи використанням доходів отриманих від його продажу, у привабливій для споживача «соціально-орієнтованій обгортці» [3, с. 182].

Очікування суспільства від компаній відповідальної поведінки, попит на неї з боку стейкхолдерів, інтенсифікація соціальної відповідальності призводять до прийняття концепції КСВ як важливої складової діяльності підприємства. Довіра акціонерів і покупців забезпечує підприємству стабільність та можливість налагодження виробничих зв'язків з компаніями, які також реалізують таку політику.

Підприємства із належним рівнем соціальної відповідальності у довгостроковій перспективі мають тенденцію до випередження конкурентів, які не впроваджують КСВ. Задоволеність персоналу, покупців, інвесторів не тільки сприяє підвищенню фінансово-виробничої діяльності компанії, але й знижує рівень її фінансових ризиків.

Соціально-орієнтована поведінка компанії впливає на систему прийняття управлінських рішень на принципах оптимальності, цілісності, демократичності та гуманізму. Застосування інноваційних методів внутрішньофірмового управління також сприяє зростанню її потенціалу. Так, наприклад, систему корпоративного управління Групи ДТЕК побудовано на принципах інформаційної відкритості та прозорості. Для того, аби враховувати зміни в бізнесі та потребах суспільства, система постійно розвивається. Такий підхід дає змогу рівною мірою розвивати нові та наявні напрями діяльності згідно з довгостроковою стратегією розвитку та досягти цілей, визначених у ESG-стратегії [4].

Компанія Кернел, яка займає провідні позиції в Україні щодо впровадження політики соціальної відповідальності, визначила такі ключові цінності та керівні принципи своєї бізнесової діяльності:

- стратегічний системний менеджмент;
- синергія бізнес-інтеграції;
- ефективне управління активами та ресурсами;
- зміни та інновації [5].

Підприємницькі бізнес-структури, які працюють в Україні, протягом останніх років усе більшою мірою рухаються шляхом розвитку корпоративної прозорості, соціальної відповідальності та ефективності. Концепція КСВ сприяє зростанню капіталізації та зміцненню стійкості бізнесу, виступає засобом соціального позиціонування і формування іміджу сучасної соціально орієнтованої компанії [5].

Отже, такі підходи забезпечують разом із ефективним використанням фінансових, технологічно-виробничих ресурсів зростання впливу соціально значущих складових діяльності – підвищення ролі персоналу, дбайливе ставлення до потреб стейкхолдерів, розвиток громад, на території яких розміщені підприємства компанії тощо. Таким чином виявляється вплив специфіки КСВ як нового способу конструювання бізнес-процесів на ефективність економічної діяльності підприємства та зростання його потенціалу.

Для того, щоб досягти конкурентного ринкового успіху у сучасних соціально-економічних умовах, компаніям уже недостатньо забезпечувати високу виробничо-фінансову ефективність, інноваційний потенціал, технологічний прогрес, показники прибутку. Важливо забезпечити

сприятливе соціальне поле, позитивну ділову репутацію на засадах корпоративної соціальної відповідальності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика : підручник / М. А. Саприкіна та ін. ; за наук. ред. О. С. Редькіна. Київ : Фарбований лист, 2011. 480 с. URL: https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2021/11/book_2011-1.pdf (дата звернення: 4.02.2022).

2. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку. *Економіка і прогнозування*. 2009. №3: С. 61–74.

3. Черпак А. Є. Політика соціальної відповідальності корпорацій: питання мотивації та формування. *Формування ринкової економіки. Спец. вип. Економіка підприємства: теорія і практика* : у 2 ч. Ч. II. Київ : КНЕУ, 2010. С. 180–186.

4. ДТЕК. Структура корпоративного управління. URL: https://dtek.com/sustainable_development/governance/ (дата звернення: 5.02.2022).

5. Кернел. Корпоративний кодекс. URL: https://www.kernel.ua/wp-content/uploads/2020/01/Corporate_Code__new_ua.pdf (дата звернення: 6.02.2022).

6. Бержанір А. Л., Чирва Г. М. Методологія теоретичних досліджень корпоративної соціальної відповідальності. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 21. С. 122–125. URL: https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/10138/1/Method_teor_dosl_KSV.pdf (дата звернення: 6.02.2022).

Бержанір Анатолій Леонідович – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціальних і правових дисциплін, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, Умань, e-mail: bal8@ukr.net

Berzhanir Anatolii L. – PhD (Sociology), Associate Professor of the Department of Social and Legal Disciplines., Pavlo Tychuna Uman State Pedagogical University, Uman, e-mail: bal8@ukr.net