

## ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є важливою складовою концепції розвитку сучасного підприємства. Адже, завдяки високому рівню розвитку корпоративної соціальної відповідальності, як показує закордонний досвід, підприємство набуває цілий ряд переваг та займає важливе місце в житті суспільства. Але відсутність у керівників вітчизняних підприємств ефективних інструментів реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності призводить до відсутності або часткової втрати, в кращому випадку, соціальної активності та значимості, зниження рівня ділової репутації та конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

На сьогодні у світовій науковій і діловій літературі, присвяченій проблемам відносин бізнесу і суспільства, використовується безліч концепцій, асоційованих з КСВ. Серед них найбільшу популярність одержали: власне «корпоративна соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна сприйнятливість» і «корпоративна соціальна сумлінність», «етика бізнесу» і «корпоративна філантропія», «соціальні проблеми», «корпоративна соціальна діяльність» і «процес корпоративної соціальної політики», «менеджмент зацікавлених сторін» і «корпоративне громадянство», «стійкий розвиток» і «корпоративна стійкість», «корпоративна репутація» і «соціально відповідальне інвестування», «потрійна звітність» і «корпоративна соціальна звітність».

КСВ у найбільш загальному тлумаченні — це раціональний відгук організації на систему суперечливих очікувань заінтересованих сторін (стейкхолдерів), що спрямований на стійкий розвиток компанії; це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені.

Відповідно до класифікації Ф. Котлера соціально-відповідальну діяльність організації можна звести до шести основних ініціатив: 1) благодійні справи - залучення уваги суспільства до певної соціальної потреби або допомога в зборі коштів, залучення учасників та волонтерів; 2) благодійний маркетинг - зобов'язання робити внески або відраховувати відсотки від обсягів продажу на благодійну справу; 3) корпоративний соціальний маркетинг - підтримка кампаній покращення суспільного здоров'я або безпеки, та сприяння захисту навколишнього середовища; 4) корпоративна філантропія - пожертвування безпосередньо благодійній організації, як правило у вигляді грошових грантів, подарунків та / або товарів і послуг; 5) волонтерська робота в інтересах суспільства - підтримка та заохочення працівників допомагати місцевим громадським організаціям та ініціативам; 6) соціально-етичні підходи до ведення бізнесу - впровадження практики ведення бізнесу та інвестиції, що сприяють росту добробуту суспільства та збереженню навколишнього середовища.

Узагальнюючи проведені дослідження пропонуємо під КСВ підприємств розуміти: відповідальне ставлення до розробки товарів та обслуговування споживачів; відповідальне ставлення до працівників компанії, що передбачає створення та підтримання необхідних комфортних умов для роботи, виплата заробітної плати, розвиток персоналу, підвищення рівня кваліфікації та професіоналізму, сприяння веденню здорового способу життя та оздоровлення працівників; участь у соціальних та благодійних проєктах і програмах; відповідальність перед місцевим населенням та збереження навколишнього середовища, дотримання норм етики та моралі.

Погоджуємось з науковцями щодо виділення наступних основних переваг корпоративної соціальної відповідальності для розвитку підприємств: 1. Збільшення прибутку, прискорення темпів зростання. 2. Доступ до соціально-відповідальних інвестицій, при розподілі яких інвестори беруть до уваги показники, що характеризують діяльність компанії в соціальній та етичній сферах, у сфері захисту навколишнього середовища. 3. Скорочення операційних витрат, наприклад, за рахунок збільшення ефективності використання електроенергії, природних ресурсів. 4. Формування позитивної репутації і бренду, що допомагає розвивати та відкривати нові ринки і напрямки туристичного бізнесу. 5. Зростання обсягів реалізації послуг, підвищення лояльності клієнтів. 6. Підвищення продуктивності і якості послуг, як наслідок ефективної внутрішньої політики. 7. Більша можливість залучати та утримувати співробітників. 8. Зменшення претензій з боку регулюючих органів. 9. Доступ до нових ринків, зокрема міжнародних, стандартизація згідно з міжнародними критеріями (ISO і т.д.). 10. Ефективне управління ризиками - своєчасний і оперативний доступ до інформації з безлічі компетентних джерел і можливість швидко реагувати на критичні проблеми в регіоні. 11. Залучення коштів спеціалізованих фондів «соціальних інвестицій» під соціально-орієнтовані програми, реалізовані соціально-відповідальними компаніями. 12. Зростання рівня конкурентоспроможності.

Таким чином, впровадження КСВ в стратегію діяльності підприємства має ряд позитивних наслідків як для самого суб'єкта господарювання, так і для суспільства в цілому.