

УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

Корпоративна соціальна відповідальність – явище, що динамічно розвивається в Україні та світі. Корпоративна соціальна відповідальність не має єдиного розуміння ні серед компаній, ні серед дослідників. Кожна корпорація пропонує власне визначення відповідальності. Одні визначають корпоративну соціальну відповідальність як добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства, що здійснюється за допомогою соціальних інвестицій, спрямованих на професійний розвиток та соціальний захист персоналу, підтримку охорони здоров'я, спорту, культури, освіти, охорони навколишнього середовища. Інші вважають, що корпоративна соціальна відповідальність – це усвідомлене прийняття компанією зобов'язань перед зацікавленими сторонами (акціонерами, партнерами, співробітниками, місцевими спільнотами, державними інституціями) щодо виконання чинного законодавства, а також щодо добровільного та цілеспрямованого інвестування у вирішення соціальних завдань, відповідних довгостроковій стратегії та політиці компанії.

Неоднозначність розуміння та нерозвиненість корпоративної соціальної відповідальності у корпораціях пояснюється: впливом на корпорацію стейкхолдерів; рівнем активності та розвитку галузі, у яких ведуть свою діяльність корпорації; масштабами діяльності корпорації; ступенем залучення корпоративної соціальної відповідальності у діяльність корпорації, у всі бізнес-процеси; основними напрямками корпоративної соціальної відповідальності, обраними корпорацією; соціальною історією.

Управління корпоративною соціальною відповідальністю - складний процес, що не має єдиного способу реалізації. У більшості випадків за корпоративну соціальну відповідальність у компаніях відповідають департамент з управління персоналом або департамент PR/зв'язків з громадськістю. Суть даної роботи в тому, що будь-які виробничі та економічні рішення приймаються з урахуванням їх соціальних та екологічних наслідків для компанії та суспільства. За такої побудови корпоративна соціальна відповідальність перетворюється на потужний фактор стратегічного розвитку, зміцнення ділової репутації та конкурентоспроможності, а також зростання ринкової капіталізації компаній.

Для розвитку корпоративної соціальної відповідальності слід вбудовувати систему управління корпоративною соціальною відповідальністю у систему корпоративного управління. До функцій департаменту (відділу) з корпоративної соціальної відповідальності повинні входити: визначення кола стейкхолдерів (зацікавлених сторін); визначення пріоритетів у сфері корпоративної соціальної відповідальності; розробка та соціальне проектування робіт із соціального проектування та оцінки ефективності корпоративних соціальних проектів; об'єднання діяльності окремих підрозділів щодо досягнення ефективності у сфері реалізації корпоративної соціальної відповідальності.

У разі модернізації управління корпоративною соціальною відповідальністю сталий розвиток корпорації має реалізуватися через такі сфери відповідальності:

- відповідальність за розвиток конкурентного і прибуткового бізнесу, здатність керувати ризиками та реалізовувати можливості зростання корпорації – для топ-менеджменту;
- відповідальність за стратегічний розвиток корпоративної соціальної відповідальності, забезпечення відповідності між короткостроковими та довгостроковими цілями, досягнення прибутковості, відповідно до завдань розвитку бізнесу, та збільшення вартості – для ради директорів.

Таким чином, корпорація може бути стійкою, коли до компетенцій ради директорів належить не тільки вирішення питань про майбутнє фінансове становище компанії та функціонування на ринку, а й проблем соціального, екологічного та етичного характеру. Все це неможливо без керування очікуваннями зацікавлених сторін. Система принципів і властивостей корпоративної соціальної відповідальності включає такі елементи: цілісність (принцип внутрішньої єдності, принцип повноти, принцип згоди); відкритість (принцип орієнтації на довкілля, принцип слабкої ланки, принцип подоби, принцип поля); рухливість (принцип безперервності та розвитку, принцип ланцюгового зв'язку, принцип своєчасності дій, принцип можливості переходу з одного стану до іншого, принцип динамічного ускладнення); ієрархічність (принцип функціонально-структурної будови корпоративної соціальної відповідальності, принцип сумісності елементів корпоративної соціальної відповідальності).

Як висновок зазначимо, що управління корпоративною соціальною відповідальністю поступово має ставати механізмом усередині корпорації, який включає та враховує інтереси бізнесу та держави. Корпорація, стаючи соціально відповідальною, збільшує свою вартість та нарощує свої конкурентні переваги.

Список використаних джерел:

1. Момот С.В. Соціальна відповідальність бізнесу як важіль подолання соціально-економічних наслідків криз. Економіка і організація управління. [№ 2\(50\). \(2023\)](https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/14143). URL: <https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/14143>