



УДК 811.111.04

SYSTEM OF MEASURES TO INCREASE THE LEVEL OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE ON THE INTERNATIONAL MARKET**СИСТЕМА ЗАХОДІВ З ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ****Tkach V.O./ Ткач В.О.***Competitor of Higher Education of the Department of Enterprise Management
здобувач вищої освіти кафедри менеджменту підприємств*

ORCID:0000-0002-6236-5334

Pichuhina M.A./ Пічугіна М.А.*associate professor, candidate economy of Sciences, professor of
the Department of Enterprise Management**доцент, канд. економ. наук, професор кафедри менеджменту підприємств*

ORCID:0000-0003-3072-9137

*National Technical University of Ukraine "Ihor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"**Kyiv, Peremohy Ave., 37, 03056**Національного технічного університету України**"Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"**Київ, пр-т Перемоги, 37, 03056*

Анотація. В роботі розглядається корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), як вагома конкурентна перевага кожного економічно стабільного підприємства, яка проявляється в активній суспільно-громадській позиції та тісній взаємодії із середовищем, у якому компанія функціонує. КСВ бізнесу повинна бути спрямована не тільки на задоволення поточних соціальних потреб суспільства, але й на покращення економічних показників діяльності підприємства, економіки держави загалом.

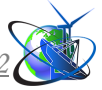
Важливо зазначити, що політика КСВ практикується не лише великими бізнесами чи корпораціями. Багато компаній працюють над власними планами корпоративної соціальної відповідальності, покращуючи життя своїх працівників за допомогою здорових ініціатив або організуючи заходи зі збору коштів на користь місцевих благодійних організацій. Незважаючи на менший масштаб, ці програми КСВ не менш важливі та можуть мати позитивний вплив як на персонал, так і на місцеву громаду.

Ключові слова: конкурентоспроможності, соціальна відповідальність, компанія, продуктивність праці, фінансовий показник.

Вступ.

На сьогодні, щоб залишатись соціально відповідальним, бізнесу недостатньо просто жертвувати гроші на благодійність. Звичайно, філантропія та доброчинність заслуговує похвали, проте справжня суть КСВ полягає у тому, щоб кожен працівник компанії працював з метою завоювання довіри споживачів та інвесторів, відповідаючи їхнім очікуванням щодо етичної та соціальної поведінки.

Важливо розуміти, що значну роль у формуванні та покращенні КСВ відіграє держава. Саме держава може створювати відповідні заходи, які сприятимуть поширенню та розвитку концепції соціально відповідального бізнесу. До прикладу, всі середні та великі бізнеси на початку року повинні укладати плани соціальних заходів, які матимуть місце в організації наступного



року. Головною метою подібних ініціатив повинно бути покращення КСВ компанії та, відповідно, продуктивності і результативності працівників. Наприкінці звітнього року адміністрацією організації готується звітність щодо виконаної роботи до відповідних органів, які відповідають за подібні заходи [2].

Виклад основного матеріалу.

Найбільш ефективним способом впровадження КСВ в організаціях могло б стати затвердження подібної концепції на законодавчому рівні через впровадження єдиного колективного страхування. Проте, важливо зазначити, що всі приватні типи страхування можуть бути тільки добровільними, тому й запровадити їх на законодавчому рівні буде неможливо. Єдиним варіантом у цьому випадку може стати розсилання рекомендаційних листів, щодо покращення та збереження соціальної відповідальності до кожної компанії особисто.

Одним з найбільш популярних способів забезпечення співробітників соціальними гарантіями та захистом в країнах Європи та Америки є надання працівникам так званого соціального пакету, який включає в себе пільги, компенсацію за працю та медичне страхування. На сьогодні в Україні існує три типи корпоративного страхування — страхування співробітників на певний період, пенсійне забезпечення та вид страхування, який поєднує два попередніх. Важливо зазначити, що програми корпоративного страхування на підприємствах набувають все більшої популярності. До прикладу, ще кілька років тому подібні соціальні гарантії пропонували своїм співробітникам тільки глобальні міжнародні компанії, які мали свої частки в українських бізнесах. Сьогодні подібні ініціативи – невід'ємна частина багатьох вітчизняних компаній [2].

Ще однією перевагою корпоративного страхування співробітників є зменшення плинності кадрів працівників. Саме подібна компенсація може стати вагомим фактором утримання висококласних працівників на підприємстві. Кожен менеджер повинен усвідомити важливість корпоративного страхування в компанії. Таким чином він матиме можливість закладати міцний фундамент соціального захисту не тільки свого співробітника, але і його сім'ї, що послужить значним фактором його мотивації [3].

Так, формування соціального пакету допомагає покращити умови праці, розвитку та результативності працівників, що, у свою чергу, підвищує корпоративну соціальну відповідальність організації.

Європейський Союз запровадив наступні механізми покращення та стимулювання КСВ, таким чином заохочуючи бізнес та громадськість до відповідної соціальної поведінки [1]:

- інформування суспільства про важливість та переваги впровадження концепції КСВ на підприємствах. Даний механізм реалізується шляхом створення відповідних інформаційних центрів, звернення уваги преси та ЗМІ, публікації відповідного контенту та проведення конференцій;
- залучення міжнародних партнерів. Зважаючи на факт, що питання КСВ одне з найбільш обговорюваних в сучасному бізнес-просторі, ЄС



- просуває ідею міжнародної співпраці для об'єднання зусиль всіх країн;
- підтримка та заохочування ініціатив бізнесу в сфері КСВ. Європейські держави стимулюють та допомагають розробляти підприємствам відповідні кодекси поведінки, де прописані основні положення ведення соціально відповідального бізнесу;
 - навчання та сприяння дослідницької роботи. Європейський Союз спонсорує проведення відповідних тренінгів та конференції у сфері КСВ для представників бізнесу, членів профспілок та державних службовців, таким чином просуваючи ідею соціально відповідального бізнесу у маси;
 - залучення зацікавлених сторін. Даний підхід реалізується сприянням створенням діалогу та партнерства між бізнесом та стейкхолдером з метою об'єднання потенціалу для досягнення більших результатів;
 - заклик прозорості діяльності соціально відповідального бізнесу. Створення системи міжнародних стандартів, кодексів та загальних правил, для забезпечення рівних прав для кожної організації;
 - встановлення системи оцінювання та звітності. ЄС сприяє розробці та створенню відповідних структурних департаментів, які будуть спеціалізуватися у підготовці фахових соціальних звітів. Особливо це стосується галузей пов'язаних з екологічною безпекою;
 - створення системи винагородження та податкових пільг для організацій з політикою соціальної відповідальності.;
 - впровадження КСВ-законодавства. У деяких країнах Європейського Союзу вже розроблено відповідне законодавство, яке враховує вище зазначені інструменти стимулювання КСВ.

Одним із факторів забезпечення формування високоефективної корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві може стати його потужна міжнародна конкурентоспроможність. На сьогодні, формування та реалізація системи заходів щодо підвищення конкурентоспроможності українських компаній на міжнародних ринках є одним з найважливіших питань вітчизняного бізнес-простору. Зважаючи на той факт, що світова економіка досягла піку своєї глобалізації, підприємству, яке планує стати частиною зовнішнього ринку, прийдеться конкурувати з відомими, міжнародними гігантами [4].

Сутність успішної конкурентоспроможності має на меті [6]:

- оцінку діяльності бізнесу не тільки споживачем, але й самим підприємцем;
- довгостроковий характер стосовно її досягнення;
- застосовується до тривалого проміжку часу.

Формування подібної стратегії передбачає чітке визначення її мети, завдань та найвпливовіших стейкхолдерів (рисунок 1). Щоб реалізувати подібні системи КСВ, менеджментом має бути створено окремий підрозділ, який буде координувати визначення пріоритетних напрямів соціальної відповідальності [4].



Рисунок 1. Мета та завдання КСВ підприємства.

Для підвищення рівня конкурентоспроможності організації слід розробити та впровадити відповідну систему КСВ, яка б мала вплив на результативність діяльності компанії. Повинні бути впроваджені добровільні комплекси заходів, які матимуть на меті вирішення соціальних (внутрішня політика) та суспільних (зовнішня політика) питань. Одним із основних напрямів впровадження концепції КСВ в організації є стандартизація діяльності компанії, яка буде базуватись на основі моральних та етичних принципів, що включатимуть турботу про колектив, створення відповідних умов праці, формування корпоративної культури та етики, беручи до уваги побажання стейкхолдерів.

Політику підвищення конкурентоспроможності за рахунок КСВ на підприємстві можна розподілити за наступними аспектами:

- 1) як соціальний обов'язок – діяльність, в рамках юридичних законів ринкової економіки;
- 2) як соціальну відповідальність – базується на випереджувальних вимогах;
- 3) як соціальну чуйність – реалізується за рахунок превентивних програм та заходів.

Всі перераховані аспекти відображають рівень соціальної зрілості бізнесу та є обов'язковими в структурі успішної фірми.

Проведення в організації політики КСВ допомагає у формуванні позитивного іміджу компанії, більше того, стає невід'ємною частиною



функціонування успішної фірми в цілому. Подібна концепція все частіше враховується в пошуку стейкхолдерів чи інвесторів, укладанні контрактів, страхуванні або ж отриманні кредитів. Виходячи з цього, корпоративна соціальна відповідальність може збільшити цінність нематеріальних активів фірми, шляхом постійних пошуків нових підходів та взаємодіючих груп.

Система корпоративної соціальної відповідальності включає в себе внутрішні процеси бізнесу. Так, бездоганна соціальна репутація допомагає у забезпеченні стабільної клієнтської бази, прибутковості та розвитку компанії. Доступ вітчизняного виробника до міжнародного ринку реалізується шляхом покращення якості наданих послуг, прозорості соціальної політики та розкриттю інформації [5].

Висновки.

Впровадження КСВ на підприємстві дозволяє не тільки покращити імідж, пізнаваність чи прибутковість компанії, але й неминуче призводить до підвищення конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта на різних рівнях управління. Дотримання концепції корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві допомагає у розвитку та збереженні нематеріальних активів та інтелектуального капіталу бізнесу. Як результат – покращення репутації та іміджу, якості послуг, продуктивності праці, фінансових показників та конкурентоспроможності підприємства.

Підприємство, яке демонструє відповідальне ставлення до суспільства та навколишнього середовища, може стати більш конкурентоспроможним і матиме більші шанси залучити та утримати клієнтів та інвесторів. Таким чином, концепція КСВ стає новим баченням партнерства, яке веде до надбання та підтримки конкурентних переваг.

Література:

1. Олійник О.О. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / О.О. Олійник. – Рівне : НУВГП, 2016. – 222 с.
2. Деліні М.М. Напрями підвищення корпоративної соціальної відповідальності українського бізнесу / Деліні М. М. // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – № 15. – С. 118 - 122.
3. Деліні М.М. Роль корпоративного страхування в підвищенні соціальної відповідальності бізнесу / М. Деліні // Схід. – 2009. – № 7 (98). – С. 43-47.
4. Дзеніс В.О. Розробка напрямів підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства / В.О. Дзеніс, О.О. Дзеніс // Економіка та суспільство: електронне наукове фахове видання. – 2017. - №13. - Режим доступу : http://economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/11.pdf.
5. Моїсеєнко Т.Є., Гарбарчук Я.В. Корпоративна соціальна відповідальність в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. КП, Київ, Ефективна економіка № 3, 2012.
6. Сімченко Н.О. Сучасні підходи до формування соціально-економічного механізму управління підприємством / Н.О. Сімченко, В.П. Панченко. – Херсон: РВЦ МУБіП, 2012. – № 26. – С. 138–144.



Annotation. *The paper considers corporate social responsibility as a significant competitive advantage of each economically stable enterprise, which manifests itself in the active public position and close interaction with the environment in which the company operates. Business CSR should be aimed not only at meeting the current social society needs, but also at improving the economic performance of the enterprise, the economy of the state as a whole.*

It is important to note that CSR policy is practiced not only by large businesses or corporations. Many companies are working on their own corporate social responsibility plans, improving the lives of their employees through healthy initiatives or organizing fundraising events for local charities. Although smaller in scale, these CSR programs are equally important and can have a positive impact on both staff and the local community.

Key words: *competitiveness, social responsibility, company, labor productivity, financial indicator.*

Стаття відправлена: 08.10.2022 р.

© Ткач В.О.