

АНАЛІЗ ЕФЕКТІВ ВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ПОЛІТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Карюк В.І.,

к.е.н., доцент кафедри туризму,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна

email: VictoriyaKI@krok.edu.ua

ORCID : <https://orcid.org/0000-0002-2800-6565>

Ефективність інвестицій у соціальне середовище доцільно оцінювати з точки зору системного підходу, з позиції якого соціальне середовище розглядається як система або сукупність взаємопов'язаних і взаємозалежних елементів, здатних при активній взаємодії з навколишнім середовищем змінювати структуру, зберігаючи в той же час цілісність, вибрати стратегію і тактику для досягнення спільної мети.

Основними методиками оцінки ефективності соціального інвестування на сьогоднішній день виступають наступні:

- інтегрована система аудиту корпоративної стійкості (CRA);
- розрахунок результативності взаємодії компанії з ключовими стейкхолдерами (NEF);
- розрахунок результативності взаємодії із зацікавленими сторонами (Smith O'brien)
- розрахунок якісних і кількісних індексів соціального інвестування [1, с. 461].

Оскільки доходи від впровадження заходів у сфері корпоративної соціальної відповідальності в систему управління підприємством майже нереально порахувати у вартісному вимірі, визначимо та охарактеризуємо основні переваги, які отримає підприємство в результаті впровадження заходів, що у довгостроковій перспективі перетворюються у фінансові результати.

Основні ефекти від впровадження політики корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві, які у довгостроковій перспективі забезпечать йому фінансові вигоди наступні:

- формування високої репутації в очах клієнтів (підвищується ціна бренду та лояльність клієнтів, налагоджуються партнерські зв'язки);
- вдосконалення процесу управління, насамперед завдяки запобіганню ризикам різних видів;
- економія на залученні і утриманні висококваліфікованих спеціалістів;
- стандартизація (відповідно до міжнародних стандартів корпоративної соціальної відповідальності), що дає змогу вийти на нові ринки;
- збільшення обсягу вироблених продуктів та наданих послуг;
- своєчасний доступ до актуальної інформації з компетентних джерел, що забезпечує швидкість реакції на критичні проблеми та більш ефективне управління ризиками;

- можливість отримання додаткових ресурсів із фондів, що створюються соціально-орієнтованими підприємствами та організаціями під спеціальні програми;

- забезпечення сталого розвитку у довгостроковій перспективі тощо.

У таблиці 1 розглянемо аргументовані приклади реалізації деяких зазначених ефектів від впровадження політики корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.

Для отримання прямої фінансової вигоди за певним напрямком розвитку діяльності у сфері корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві, необхідно здійснювати наступні заходи.

1. Удосконалення і розвиток продуктів та послуг, тобто з урахуванням потреб клієнтів необхідно розширювати лінійку продуктів та послуг.

Таблиця 1

Ефекти та вигоди від впровадження політики корпоративної соціальної відповідальності в систему управління підприємством

№	Ефект	Аргументація
1	Підвищення репутації	У щорічному переліку «The Fortune Global 500» журналу Fortune International найбільш поважних компаній, одним із 8-ми показників для визначення їх діяльності (на рівні з інноваційністю, фінансовою розважливістю, професійним рівнем працівників тощо) є соціальна відповідальність. Саме завдяки корпоративній соціальній відповідальності компанії спроможні демонструвати свою діяльність як «корпоративні громадяни».
2	Збільшення обсягу вироблених продуктів та наданих послуг	Відповідно до досліджень уподобань споживачів, які були проведено у США, 83% опитаних респондентів переважно довіряють саме тим компаніям, що роблять внески у різні соціально-добродійні справи, тобто є суспільно відповідальними. А 89% з них виявило готовність змінити підтримку звичної компанії на іншу тотожну заради реалізації запропонованої нею нової суттєвої соціальної ініціативи небайдужої для споживачів.
3	Утримання висококваліфікованих спеціалістів	Сьогодні зростає кількість працівників підприємств, що вказують на своє бажання працювати у соціально відповідальних компаніях. Адже такий підхід тісно пов'язаний з рівнем оплати праці, наповненістю соціального пакету, системою розвитку персоналу тощо.

№	Ефект	Аргументація
4	Поліпшення фінансових та економічних показників діяльності	Згідно з даними Investing in Responsible Business», впродовж 10 останніх років у компаній, що реалізували концепцію корпоративної соціальної відповідальності, фінансові показники були вищі, ніж у соціально невідповідальних компаній, а саме: дохід на інвестований капітал вище на 9,8%, дохід з активів - на 3,55%, дохід з продажів - на 2,79%, прибуток - на 63,5%.
5	Оптимізація операційних процесів та зменшення виробничих витрат	Запровадження програм з енергозбереження, створення безвідходного циклу виробництва, ініціативи, що направлені на підвищення екологічної безпеки виробництва знижують витрати. Окрім цього, прямою вигодою є оптимізація рекламних бюджетів за рахунок отримання позитивного публіситі, грамотного використання каналів комунікації недержавних організацій (які іноді мають однакову цільову аудиторію з бізнес структурами).

Джерело: складено автором з використанням джерел [2, 3, 4]

2. Розвиток зворотного зв'язку з клієнтом. За допомогою запровадження електронних майданчиків у працівників підприємств з'явиться можливість висловлювати ідеї про поліпшення їх діяльності, про якість роботи, а клієнти отримають можливість давати оцінку надійності і результативності процесів, що забезпечують сервіс.

3. Розвиток віддалених каналів обслуговування. Підхід до обслуговування споживачів повинен бути всеохоплюючим та прогресивним (оплата послуг за допомогою додатків в соціальних мережах тощо).

4. Розвиток форматів обслуговування споживачів. Для суспільства і бізнесу необхідно створювати спеціальні пропозиції, підбирати формати зустрічей і моделі для обслуговування.

5. Розвиток підходів до навчання та підвищення грамотності споживачів. У співпраці з підприємством споживачі зможуть отримувати необхідні консультації, доступ до інформаційних ресурсів в інтернет-просторі та соціальних мережах.

6. Розвиток перехресних продажів. Необхідна побудова ефективної системи перехресних продажів, в основі якої лежатиме розуміння потенціалу кожного клієнта і його комерційної пропозиції тощо.

Список використаних джерел:

1. Агавердієва Х. Ф. Соціальний аудит у теоретичному полі соціальної відповідальності / Х. Ф. Агавердієва, О. В. Іванісов, О. С. Лебединська // Бізнес Інформ. 2018. № 4. С. 461-466.

2. Комарова К. В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України / К. В. Комарова, Н. В. Ковальчук // Інноваційна економіка. 2016. № 5-6. С. 25-30.
3. Примостка О. О. Корпоративна соціальна відповідальність банків / О. О. Примостка, А. О. Захарчук. // Ефективна економіка. 2016. № 7. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_7_6
4. Філіпова С. В. Соціальна відповідальність у стратегії управління вітчизняним підприємством: проблемні питання інтегрування механізму / С.В. Філіпова // Економіка: реалії часу. 2017. № 2 (30). С. 5 – 17.