УДК 336.64

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.57-22>

Зубачова В.І.,

студентка економічного факультету
освітньо-професійної програми «Облік і оподаткування»,
Запорізький національний університет

Урусова З.П.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку та оподаткування,
Запорізький національний університет

Zubachova Valeriya,

Student of the Faculty of Economics
Accounting and Tax Educational and Professional Program,
Zaporizhzhya National University

Urusova Zinaida,

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of the Department
of Accounting and Taxation,
Zaporizhzhya National University

ПРИНЦИПИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ОРГАНІЗАЦІЇ

Зубачова В.І., Урусова З.П. Принципи корпоративної соціальної відповідальності як фактор формування конкурентних переваг організації. У статті розглянуто поняття корпоративної соціальної відповідальності та встановлено підходи до її трактування, наведені її основні складники. У роботі досліджено вплив принципів корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність організації. Також розглянуті конкурентні переваги, що формуються організацією в результаті ефективної реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності: зниження фінансових і нефінансових ризиків, а також підвищення стійкості до можливих кризових ситуацій; зростання лояльності співробітників, можливість залучення й утримання висококваліфікованих фахівців і, як наслідок, поліпшення продуктивності праці; підвищення ймовірності залучення нових споживачів, формування стійкої лояльності існуючих клієнтів; можливість успішної участі в міжнародних бізнес-комунікаціях у зв'язку з виконанням прийнятих у практиці розвинених країн норм і стандартів; нарощування нематеріального складника бізнесу і зростання його капіталізації; формування позитивного сприйняття бізнесу інвесторами і фінансовими інститутами, підвищення його інвестиційної привабливості. Запропоновано впровадження основних положень концепції сталого розвитку за допомогою використання додаткового модулю до корпоративних інформаційних систем з інформацією про основні положення концепції сталого розвитку.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, принципи корпоративної соціальної відповідальності, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, ефективність діяльності.

Зубачева В.И., Урусова З.П. Принципы корпоративной социальной ответственности как фактор формирования конкурентных преимуществ организации. В статье рассмотрено понятие корпоративной социальной ответственности и установлены подходы к ее трактовки, представлены ее основные составляющие. В работе исследовано влияние принципов корпоративной социальной ответственности на конкурентоспособность организации. Также рассмотрены конкурентные преимущества, которые формируются организацией в результате эффективной реализации концепции корпоративной социальной ответственности: снижение финансовых и нефинансовых рисков, а также повышение устойчивости к возможным кризисным ситуациям; рост лояльности сотрудников, возможность привлечения и удержания высококвалифицированных специалистов и, как следствие, улучшение производительности труда; повышение вероятности привлечения новых потребителей, формирование устойчивой лояльности существующих клиентов; возможность успешного участия в международных бизнес-коммуникациях в связи с выполнением принятых в практике развитых стран норм и стандартов; наращивание нематериальной составляющей бизнеса и, соответственно, рост его капитализации; формирование позитивного восприятия бизнеса инвесторами и финансовыми институтами, повышение его инвестиционной привлекательности. Предложено внедрение основных положений концепции устойчивого развития посред-

ством использования дополнительного модуля к корпоративным информационным системам информации об основных положениях концепции устойчивого развития.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, принципы корпоративной социальной ответственности, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, эффективность деятельности.

Zubachova Valeriya, Urusova Zinaida. Principles of corporate social responsibility as a factor of forming competitive advantages of an organization. The article discusses the concept of corporate social responsibility and establishes the appropriate components. In their work, researchers influence the principles of corporate social responsibility. Influential approaches to the interpretation of the concepts of corporate social responsibility concepts, their concepts and basic characteristics are determined. The positive consequences of the implementation of the concept of corporate social responsibility for business structures on the formation of competitiveness are projected. The main problems of business social responsibility in Ukraine are analyzed, which are limited mechanisms of practical promotion of business social responsibility; the opposition of society and government to each other; lack of finance for participation in social investment; low level of legal awareness of business; closed companies to the general public; distrust of cooperation; incorrect reporting of social responsibility of business in Ukraine. Competitive advantages are also considered that make it necessary to implement the concept of corporate social responsibility: reducing financial and non-financial risks, as well as increasing resilience to a possible crisis situation; highly qualified specialists and, as a result, increased labor productivity; increasing the likelihood of attracting new customers, sustainable loyalty of existing customers; universal participation in international business communications; increasing the intangible component of the business and, accordingly, the growth of its capitalization; investment and financial institutions, increasing its investment attractiveness; public organizations with state, municipal and public institutions; the possibility of reducing claims from regulatory authorities and obtaining tax benefits; creating a positive image and sustainable positive business reputation of the business. The introduction of the main provisions of the concept of sustainable development through the use of an additional module to corporate information systems of information on the main provisions of the concept of sustainable development is proposed.

Key words: corporate social responsibility, principles of corporate social responsibility, competitiveness, competitive advantages, performance.

Виклад основного матеріалу дослідження.

З метою досягнення найбільших конкурентних переваг в умовах обмежених ресурсів, проблем із здійсненням гнучкого регулювання, а також своєчасного впливу на зміни зовнішнього середовища організації необхідно визначити основний напрям свого розвитку, що зумовлює формування стратегічного планування компанії.

Побудова загальної стратегії зумовлена численними факторами, серед яких:

- економічна нестабільність у соціальній сфері;
- високий рівень конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках;
- ефективне та раціональне використання ресурсів;
- ділова активність;
- фінансова стабільність організації.

Стратегія підприємства орієнтована на отримання максимального фінансового результату в довгостроковій перспективі.

Відомо, що корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) являє собою систему цінностей та механізмів управління, що формуються відповідно до економічного, соціального, правового та екологічного напрямів діяльності товариства [1]. Тому в умовах високого конкурентного середовища з насиченими ринками, де крім економічної та управлінської ефективності для компанії стає важливою реалізація власних інтересів поряд з інтересами суспільства і держави, для організації впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності бізнесу є найбільш правильним шляхом підтримки своєї конкурентної переваги.

Підходи до трактування сутності концепцій корпоративної соціальної відповідальності викладені у таблиці.

Соціальна відповідальність бізнесу має багаторівневий характер.

До внутрішньої соціальної відповідальності відносять:

- безпечні умови праці;
- стабільну заробітну плату і підтримання її соціально значущого рівня;
- медичне страхування працівників;
- розвиток співробітників через курси підвищення кваліфікації;
- надання допомоги персоналу в критичних ситуаціях.

До зовнішньої соціальної відповідальності відносять:

- спонсорство та благодійність;
- сприяння охороні навколишнього середовища;
- зв'язок із місцевою владою;
- відповідальність перед споживачами [2].

Практична важливість активної участі у вкладенні коштів у різні сфери компанії проявляється в цілій низці переваг: зміцненні репутації, збільшенні привабливості інвестицій, підвищенні соціальної стабільності загалом, зростанні рентабельності.

Ефективна реалізація концепції корпоративної соціальної відповідальності дає змогу бізнес-структурам формувати такі конкурентні переваги, як:

- зниження фінансових і нефінансових ризиків, а також підвищення стійкості до можливих кризових ситуацій;
- зростання лояльності співробітників, можливість залучення й утримання висококваліфікованих фахівців і, як наслідок, поліпшення продуктивності праці;
- підвищення ймовірності залучення нових споживачів, формування стійкої лояльності наявних клієнтів;
- можливість успішної участі в міжнародних бізнес-комунікаціях у зв'язку з виконанням прийнятих в практиці розвинених країн норм і стандартів;

Таблиця

Підходи до трактування сутності концепцій корпоративної соціальної відповідальності

Підходи КСВ	Концепції КСВ	Основні характеристики
1	2	3
Етичний (філантропічний підхід)	Концепція обов'язків	Будь-яка організація, яка претендує на отримання статусу соціально відповідальної, повинна виконувати економічні, правові, етичні та філантропічні обов'язки перед суспільством.
Підхід з позиції соціальних вимог (нормативний)	Концепція стейкхолдерів (зацікавлених сторін)	Керівництво та менеджмент підприємства, установи чи організації, незалежно від типу, форми власності та характеру діяльності, несуть відповідальність перед багатьма групами людей, які впливають на організацію і, з іншого боку, відчувають на собі вплив від її діяльності.
Інструментальний підхід	Концепція економічної відповідальності	Соціальна відповідальність привіюється до економічної відповідальності організації за здійснення господарської діяльності в межах чинного законодавства та підтримку високого рівня рентабельності.
Підхід з позиції політичного впливу	Концепція корпоративного громадянства	Згідно з цією концепцією роль підприємства може бути розглянута у вузькому та широкому значенні. У вузькому значенні роль підприємства зводиться до філантропії, соціальних інвестицій та певних загально визначених обов'язків перед місцевою громадою. У широкому розумінні – підприємство повинно відповідати за ті сфери, в яких держава не здатна захистити своїх громадян.
Підхід потрійної результативності діяльності	Концепція універсальних прав	Базується на визнанні прав людини, прав у сфері праці та поваги до оточуючого середовища як необхідних умов для роботи підприємств.
	Концепція сталого розвитку	Підприємство у своїй діяльності відповідає не лише перед сучасним, а й перед майбутніми поколіннями. Саме тому воно повинно контролювати як економічні, так і соціальні та екологічні показники своєї діяльності.
Міжнародний підхід	Універсальна концепція	<ul style="list-style-type: none"> – виробництво якісної продукції та послуг для споживачів; – інвестиції у розвиток виробництва та людського потенціалу; – неухильне виконання вимог законодавства (податкового, трудового, екологічного); – побудова добросусідських і взаємовигідних відносин із зацікавленими сторонами; – концепція бізнесу, орієнтованого на підвищення національної конкурентоспроможності; – врахування суспільних очікувань та загальноприйнятих етичних правил; – формування громадянського суспільства через партнерські програми, проекти суспільного розвитку

Джерело: розроблено автором на основі [3]

– нарощування нематеріального складника бізнесу і, відповідно, зростання його капіталізації;

– формування позитивного сприйняття бізнесу інвесторами і фінансовими інститутами, підвищення його інвестиційної привабливості;

– формування стійкого партнерства з державними, муніципальними і громадськими інститутами, місцевими громадами;

– можливість скорочення претензій з боку регулюючих органів та отримання податкових пільг;

– створення позитивного іміджу та стійкої позитивної ділової репутації бізнесу та ін.

Звісно ж, саме позитивний вплив соціально відповідальних дій на формування ділової репутації виступає найбільш значущою перевагою, бізнесом, що купується в результаті реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності.

Водночас прийняття рішення про впровадження КСВ містить низку загроз, пов'язаних із порушенням принципу максимізації прибутку, а також з відсутністю в організації досвіду в цій сфері, що не дає можливості швидко вирішувати соціальні питання, створює проблеми під час звітів.

Також перед компанією, яка впроваджує корпоративну соціальну відповідальність у свою практику,

постає низка складних завдань, від вирішення яких залежить результативність застосування цього інструменту. Серед них: визначення внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін, форми взаємодії з ними, планування, впровадження та організація корпоративної соціальної відповідальності, оцінка ефективності діяльності організації у цій галузі.

Для зниження загроз стратегія корпоративної соціальної відповідальності повинна органічно вбудовуватися в базову стратегію організації, формуватися на підставі генеральних цілей і забезпечувати їх реалізацію. На сучасному етапі на основі міжнародних керівних документів, а також діалогу зі стейкхолдерами визначаються головні напрями корпоративної соціальної відповідальності і форми її реалізації. Крім того, розраховуються терміни реалізації проектів, їхня ресурсна база. Потім розробляється документ, що відображає загальне бачення організацією проблем корпоративної соціальної відповідальності, напрями діяльності організації в цій сфері, критерії вибору соціально відповідальних дій, програми у сфері корпоративної соціальної відповідальності, а також певна система індикаторів для оцінки ефективності. Після цього здійснюється інформування стейкхолдерів.

Таким чином, варто зазначити, що розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні набуває особливого значення, зумовленого багатьма причинами, зокрема об'єктивними процесами розвитку сучасного бізнесу та систем корпоративного управління на основі відповідальності та якості; необхідністю співпраці і партнерства бізнесу і держави для вирішення соціальних проблем, а також впливом зростаючої конкуренції і глобалізації.

Нині українські компанії користуються низьким рівнем соціальної довіри як в світі, так і всередині країни. Тому вдосконалення соціальної відповідальності національного бізнесу є одним з основних завдань із досягнення ним міцних позицій у глобальній економіці. Таким чином, впровадження корпоративної

соціальної відповідальності є стратегічним завданням організації. Корпоративна соціальна відповідальність повинна стати частиною базової стратегії. Для планування корпоративної соціальної відповідальності необхідний ретельний аналіз думок всіх зацікавлених осіб.

Висновки з цього дослідження. На основі проведеного вище дослідження слід зазначити, що впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності є основним фактором формування конкурентних переваг організації. Таким чином, справедливо стверджувати, що в сучасній економічній ситуації реалізація принципів корпоративної соціальної відповідальності слугує для бізнесу ефективним інструментом формування конкурентних переваг та забезпечує успішний вихід на міжнародні ринки.

Список використаних джерел:

1. Денисенко Л.О., Заєць Т.О. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на корпоративне управління. *Вісник Хмельницького національного університету*, № 5. – Т. 1. «Економічні науки». Хмельницький : Хмельницький національний університет, 2012. С. 134–136.
2. Заєць Т.О. Методичні засади переходу до нової архітектури легкої промисловості України на базі моделей сталого економічного розвитку : монографія / за ред. Ю.В. Гончарова. Київ : Кафедра, 2012. 400 с.
3. Генеза концепцій корпоративної соціальної відповідальності. *Вісник Мукачівського державного університету*. Вип. № 6. / за ред. Л.О. Матвійчук, К.І. Ткач. Мукачів, 2016. С. 332–337.

References:

1. Denisenko L.O., Zayets T.O. Vplyv korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti na korporatyvne upravlinnia [The Impact of Corporate Social Responsibility on Corporate Governance]. *Bulletin of Khmelnytsky National University*, no. 5, vol. 1. "Economic Sciences". Khmelnytsky: Khmelnytsky National University, 2012, pp. 134–136.
2. Zayets T.O. Metodychni zasady perekhodu do novoi arkhitektury lehkoï promyslovosti Ukrainy na bazi modelei staloho ekonomichnoho rozvytku [Methodical bases of transition to the new architecture of light industry of Ukraine on the basis of models of sustainable economic development]: monograph / ed. Yu.V. Goncharov. Kyiv: Chair, 2012. 400 p.
3. Heneza kontseptsii korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti [Genesis of concepts of corporate social responsibility]. *Bulletin of Mukachevo State University*, vol. № 6. / for the order. L.O. Matviychuk, K.I. Weaver. The tormentors. 2016, pp. 332–337.