

ЕТАПИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ДО СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ АТП

Щепиліна А.К.

*Науковий керівник: Бочарова Н.А., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Посилення конкуренції на ринку, постійні кризи, невизначеність, зміна економічних центрів і вихід нових лідерів на політичну і економічну арену висуває бізнесу все нові вимоги.

Підприємці шукають нові шляхи виходу зі скрутного становища. Україна є країною з економікою, що розвивається, отже, бізнес тільки на шляху свого становлення.

Дуже багато механізмів, взяті з минулого досвіду, давно застаріли, і, для того, щоб утриматися на плаву, підприємці повинні постійно впроваджувати нововведення, розробляти нові принципи ведення свого бізнесу. Одним з абсолютно нових для українських реалій інструментів є впровадження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) [1].

Основними перешкодами для впровадження КСВ, відповідно до опитування українських компаній, є: нестача коштів; податковий тиск та недосконалість нормативно-правової бази, відсутність стимулів з боку держави (пільги); недостатність власного досвіду, невідпрацьовані механізми впровадження КСВ; неможливість контролю за використанням наданих коштів; недостатність інформації позитивних прикладів впровадження корпоративної соціальної відповідальності, організацій, які змогли надати таку допомогу [1].

Ми пропонуємо механізм впровадження та реалізації програм КСВ в діяльність компанії, який складається з семи етапів.

Першим етапом є прийняття стратегічного рішення про впровадження КСВ в діяльність підприємства. Для цього треба оцінити потребу вводу корпоративної соціальної відповідальності до стратегії розвитку підприємства, проаналізувати всі переваги та недоліки впровадження КСВ та проаналізувати необхідні витрати.

Другий етап – це визначення принципів і цінностей соціальної політики компанії. В нього входять розробка і прийняття кодексу соціальної відповідальності, визначення соціальної позиції компанії.

Третій етап має назву «Формування концепції соціальної відповідальності», він складається з таких підетапів: визначення ключових показників, до яких слід прагнути компанії; ідентифікація ризиків і проблем, сформованих зовнішнім середовищем; аналіз очікувань стейкхолдерів.

Далі треба сформулювати структуру управління соціальними програмами (четвертий етап). Це передбачає призначення директора з КСВ та створення відділу КСВ.

Коли структура управління сформована, необхідно здійснити підбір персоналу відділу КСВ. Це буде п'ятим етапом.

Ми маємо декілька варіантів на вибір: 1) навчання існуючого персоналу за допомогою курсів підвищення кваліфікації; 2) найм спеціалістів в даній області; 3) запропонування робітникам роботу у відділі КСВ за сумісництвом. Зазвичай обирається варіант, який не перевищує заданого грошового ліміту.

Коли оцінка персоналу відповідає вимогам, тоді переходимо до основного шостого етапу – реалізація програм корпоративної відповідальності. Він складається з 6 елементів: 1) координація реалізації програм; 2) виділення фінансування; 3) вибір інструментів реалізації КСВ; 4) інтеграція принципів КСВ в діяльність компанії; 5) затвердження переліку соціальних проєктів; 6) створення корпоративних інновацій.

Якщо програми КСВ реалізовано успішно, ми приступаємо до завершального етапу реалізації програм КСВ на АТП, а саме до оцінки корпоративної соціальної відповідальності.

Дотримання принципів КСВ в повсякденній діяльності дозволяє компаніям отримувати такі конкурентні переваги [2]:

- залучення компетентних і креативних співробітників;
- управління екологічними та соціальними ризиками;
- поліпшення ділового клімату та іміджу організації;
- підвищення рівня довіри з боку громадськості та інші.

Отже, можна зробити висновок, що КСВ має бути невід’ємною частиною стратегічної кампанії АТП.

Література:

1. Ахновская И.А. Механизм внедрения корпоративной социальной ответственности на предприятиях Украины / И.А. Ахновская, О.Ю. Лепихова // Економіка і організація управління. – 2016. – №1 (21). – С. 36-45.

2. Жойдик А.П. Развитие методов оценки корпоративной социальной ответственности российских компаний: дис. на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Жойдик Алексей Петрович. – Москва, 2015. – 198 с.