

ІНТЕГРАЦІЯ КСВ В БІЗНЕС-СТРАТЕГІЮ: ЗАВДАННЯ ТА ВИГОДИ

*Гранкіна Л.Е., здобувач вищої освіти,
epz1m22hle@stud.khadi.kharkov.ua*

*Науковий керівник: Дмитрієва О.І., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Основна роль Корпоративної Соціальної Відповідальності (КСВ) в стратегії підприємства полягає в тому, щоб сприяти створенню сталої та успішної бізнес-моделі, яка враховує вплив компанії на суспільство, навколишнє середовище та стейкхолдерів. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) стає все більш важливою для сучасних підприємств. Інтегрування КСВ в бізнес-стратегію є стратегічною необхідністю для багатьох компаній, і воно здатне приносити безліч вигід [1].

Однією з головних цілей цього процесу є створення позитивного впливу на суспільство та навколишнє середовище. Підприємства розуміють, що їх діяльність має більший вплив, ніж просто генерація прибутку. Інтеграція КСВ в бізнес-стратегію допомагає компаніям активно брати участь у вирішенні соціальних та екологічних проблем. При цьому завдання інтеграції КСВ включають в себе наступне:

- визначення цілей: підприємство має чітко сформулювати свої цілі в сфері КСВ. Це може бути покращення умов праці, зменшення викидів в атмосферу, підтримка соціальних програм тощо;
- аналіз впливу: компанія повинна оцінити, як її діяльність впливає на оточуюче середовище та спільноту;
- створення стратегії: на основі аналізу потрібно розробити стратегію інтеграції КСВ в бізнес-стратегію, визначити конкретні кроки та завдання [2].

Від інтеграції КСВ підприємство може очікувати низку вигід:

- формування репутації: компанії, які демонструють свою відповідальність, зазвичай користуються покращеною репутацією в очах клієнтів та споживачів;
- залучення талановитого персоналу: багато фахівців вибирають працювати в компаніях, які докладають зусиль у сфері КСВ;
- зменшення ризиків: інтеграція КСВ допомагає підприємствам уникати ризиків, пов'язаних з негативним впливом на навколишнє середовище та соціальною несприятливістю;

- залучення інвестицій: інвестори все більше враховують питання КСВ при прийнятті рішень щодо інвестицій. Підприємства з вираженою КСВ можуть привертати більше інвестиційного капіталу;
- покращення відносин зі стейкхолдерами: КСВ сприяє зміцненню відносин зі стейкхолдерами, включаючи споживачів, постачальників, співробітників та інвесторів. Це може позитивно позначитися на співпраці та партнерствах;
- створення конкурентної переваги: підприємства, які вдало інтегрують КСВ в свою стратегію, можуть стати конкурентоспроможними на ринку, оскільки споживачі все більше віддають перевагу брендам з відповідальними практиками [3].

Таким чином, Основна роль корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в стратегії підприємства полягає у створенні сталого та відповідального бізнесу, який сприяє як економічному зростанню, так і соціальному благополуччю та охороні навколишнього середовища.

Корпоративна соціальна відповідальність в сучасних умовах стала необхідною складовою стратегії багатьох підприємств. Вона допомагає створити більш сталий та успішний бізнес, сприяючи вирішенню соціальних та екологічних викликів. Інтеграція корпоративної соціальної відповідальності в бізнес-стратегію – це не просто обов'язок перед суспільством, а інвестиція в майбутнє, яка приносить користь як компанії, так і суспільству в цілому.

Література.

1. Корпоративна соціальна відповідальність: Конспект лекцій [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійної програми «Промисловий маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського; укладач: М. О. Чупріна. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 138 с. URL : https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/55882/1/Konspekt_lektsii_KSV.pdf (дата звернення: 16.10.2023).
2. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: сучасна філософія, проблеми засвоєння. *Економіка України*. 2014. №3 (628). С. 70-82.
4. Глебова А. О., Маховка В. М., Шулигін С. А. Стратегія корпоративної соціальної відповідальності: формування та реалізація. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Випуск 22, частина 1. С. 52-57.