

Ганцовський О. А., аспірант
Кафедра менеджменту організацій та управління проектами
Запорізька державна інженерна академія

ЕФЕКТИВНІСТЬ СТРАТЕГІЧНИХ ПРОЕКТІВ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

В рамках дослідження розглянута практичні проекти, висвітлена ефективність КСВ, запропонована система започаткування.

Ключові слова: *проект, соціальна відповідальність, ефективність, бізнес*

Бізнес діяльність є загальною складовою у кожній країні. Організація бізнесу складається з багатьох факторів, серед них економічні, соціальні, екологічні, моральні, комерційні. Загальні пріоритети зі сторони впливових інститутів на бізнес є отримання економічного результату. Вимога часу призвела до потреб бізнесу реалізувати соціальні та екологічні проекти з цього боку виникла заінтересованість суспільства. Соціум очікує від бізнес-корпорації учать у вирішенні економічних проблем, рішенні соціальних загроз, запобігання екологічним загрозам.

Ефективна діяльність з відповідальності бізнесу була розглянута вченим К. Девіс, який зробив суттєвий внесок у формування загальної складової Корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Серед бізнес-культури, К. Девіс розглядає суб'єкт господарювання як свого роду спільне підприємство, яке об'єднує відповідальних громадян, серед яких менеджери, партнери, співробітники, інвестори, тощо. Це так зване спільне підприємство відповідає за реалізацію не тільки економічних, але й соціальних, психологічно-моральних, політико-культурних та інших сподівань суспільства [1].

Проблематика соціальної відповідальності, на думку К. Девіса, має розвиватись на теоретично-системному рівні, і в управлінському аспекті. Реальні рішення в стратегії КСВ приймає керуючий, а власник або компанія власника визначає лише моральні рамки, напрями діяльності і особливі інтереси. Варто зауважити, що КСВ керуючих безпосередньо впливає з морально-культурних установ, та рівня впливу рішень, який еквівалентний рівню відповідальності [2].

На думку автора, стратегічний проект КСВ для започаткування можливо реалізувати згідно системі, яка складається: 1) зовнішній аналіз – сегментне розглядання факторів загального стану; 2) внутрішній аналіз – складання SWOT-аналізу, оцінка учасників; 3) цілі – згідно отриманих даних аналізу співставлення; 4) стратегія – визначення вигідного напрямлення реалізації дій; 5) тактика – розвиток дій; 6) бюджет – грошові можливості та необхідності; 7) контроль – відповідальний апарат, рамки, критерії.

Компанії та корпорації соціально відповідальні, коли реально оцінюють свої можливості та загрози, з показниками яких приймають співвідносні дії. Проектна КСВ діяльність згідно моральної категорії, на думку К. Девіс визначається, що деякі соціально відповідальні рішення в бізнес процесі тривалого, складного аналізу можуть бути «виправдані» як такі, що надають непоганий шанс для отримання фірмою довгострокового економічного ефекту, який часто постає лише своєрідною раціоналізацією рішень, прийнятих за неекономічних причин.

Проекти корпоративної соціальної відповідальності в Україні мають підтримки з багатьох сторін, так існує національний Конкурс бізнес-кейсів із КСВ – особлива українська практика нагородження кращих проектів. Так вже здобули відзнаки, такі проектні втілення, як: 1) екологічні практики – компанія «1+1 медіа» проект «Green Team», в рамках якого було створені умови для продуктивної крос-функціональної взаємодії та економія електроенергії, води, паперу та інших ресурсів за рахунок впровадження принципів «зеленого офісу»; 2) відношення зі споживачами – «компанія ВіДі груп», програма «лояльність споживачів», яка дала удосконалення системи обслуговування та впровадження управління якістю; 3) розвиток громад – компанія «Amway», програма «підприємницькі таланти України», який має конкурсу основу та допомагає жінкам повірити в себе, розкрити свій талант у бізнесі та отримати підтримку [3].

При реалізація соціально корпоративних проектів бізнес отримує довіру від споживачів, партнерів, суспільства; можливість підвищити рівень конкурентоспроможності. В Україні проекти КСВ підприємці розділяють на: 1) внутрішню соціальну політику; 2) зовнішню соціальну політику. Серед внутрішніх дій втілюється створення колективних ініціативних груп, соціальне страхування,

трудо́ві впровадження, активне фізичне виховання, фінансове благополуччя. Зовнішні інструменти обумовлене з структурною взаємодією територіально, суспільно, екологічно, соціальна програма розвитку, соціальні інвестування та партнерство, філантропічні дії.

Таким чином, проектна реалізація стратегії корпоративної соціальної відповідальності полягає у створенні грамотного тактичного поля, де є чітка система, орієнтири, рамки. Завдяки розглянутим проектним прикладам, теоретичним визначенням та системам, практичні підприємці мають можливість розробляти стратегії КСВ, вести діяльність на загальному рівні, отримувати результати та розвивати потенціал свого бізнесу у сфері.

Література

1. Davis K. 1960. Can business afford to ignore social responsibilities? / K. Davis // California Management Review. – Vol. 2 (3). – P. 71.

2. Davis K. 1967. Understanding the social responsibility puzzle: what does the businessman owe to society. – P. 49.

Corporate social responsibility – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://csr-ukraine.org/news>