

підприємця, яка сприяє розвитку суспільства та його добробуту, враховує інтереси зацікавлених сторін, узгоджується з національними та міжнародними стандартами [3].

Отже, соціальна відповідальність малого бізнесу є частиною загальної соціалізації економіки України, яку можна розглядати як інвестицію в майбутнє та таку, що пов'язана із бізнес-стратегією підприємства й охоплює ключові напрями (права людини, прозора діяльність, корпоративне управління, екологія, співпраця із споживачами, створення робочих місць, створення і розвиток спільнот).

Націленість малого бізнесу на соціальну відповідальність стає все більш вираженою, однак, потребує суттєвої підтримки з боку держави, яка повинна виступити гарантом щодо збереження прав власності, повної свободи підприємницького руху, запобігання монополізації ринку та вимагає розроблення програми реалізації власної стратегії соціальної відповідальності.

Використана література:

1. The UN Global Compact: Ukrainian network [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://globalcompact.org.ua/> (дата звернення 29.01.2020 р.)
2. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://svb.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf (дата звернення 29.01.2020 р.)
3. ISO – Management and Leadership Standards – ISO 26000 – Social Responsibility: [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html> (дата звернення 29.01.2020 р.).

Лучко Г., к.е.н., доц.
Національний університет
«Львівська політехніка»
м. Львів, Україна

РЕАЛІЗАЦІЯ КСВ-ПРОЄКТІВ ВІТЧИЗНЯНИМИ КОМПАНІЯМИ

Стрімкий розвиток українського бізнесу, євроінтеграційні процеси, можливість виходу на міжнародні ринки створюють безліч можливостей для вітчизняних компаній, однак, водночас, перед ними постає низка викликів, які зумовлені зростанням конкуренції. Одним з потужних інструментів забезпечення конкурентної переваги є впровадження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), невід'ємної складової сучасної системи управління бізнесом у світі. Тому розвиток та впровадження програм соціальної відповідальності у діяльність є одним з актуальним завдань для українських компаній.

В літературі існує багато визначень та трактувань поняття «корпоративна соціальна відповідальність». Кожне доповнює попереднє, або розкриває нові сторони для покращення функціонування організації. Відповідно до Керівництва з соціальної відповідальності ISO 26000 соціальна відповідальність це є «відповідальність компанії за вплив її рішень і діяльності на усе суспільство та його оточуюче середовище за рахунок прозорості і етичної поведінки» [1].

До ключових факторів, які визначають стабільний розвиток компанії у довгостроковій перспективі, відносять позитивний імідж, лояльність споживачів, відношення суспільства до її діяльності. Тому важливою конкурентною перевагою компанії стає формування такої стратегії розвитку, яка буде орієнтована на максимальне задоволення соціальних потреб її персоналу та всіх зацікавлених сторін. Реалізація продуманої політики корпоративної соціальної відповідальності дозволить сформуванню позитивний імідж компанії, що принесе їй додаткові вигоди: допоможе в розширенні клієнтської бази, полегшить залучення інвестицій, зробить більш конструктивною взаємодію з державними структурами, підсилить рейтингові позиції на ринках.

Не зважаючи на досить широке впровадження соціальної відповідальності бізнесу у світі, більшість вітчизняних компаній сприймають використання цього інструменту з упередженням і вважають цілком достатнім проведення різних благодійних заходів, тренінгів для персоналу, або видачу премії, розуміючи під соціальною відповідальністю винятково заняття різного виду благодійністю - пожертви на соціальні заходи чи потреби, до прикладу, пожертви на потреби армії в Україні, які є досить популярними. Всі заходи такого рівня не мають системного характеру і тому ніяким чином не впливають на підвищення іміджу компанії, її конкурентоспроможності, зростання рівню довіри до неї.

Наразі практика впровадження КСВ в Україні досить не значна. Лише деякі корпорації, такі як «Київстар», «Кока-Кола», «Оболонь» та деякі інші, вже розробили певні програми та реалізували власні КСВ-проекти, які виявились досить успішними [2]. Для того щоб досягти успіху у запровадженні соціальної відповідальності бізнесу потрібно діяти не за допомогою точкових соціальних заходів, а цілеспрямовано розробляти та впроваджувати комплексні програми соціальної відповідальності, які відповідатимуть високим запитам сучасного суспільства та вимогам ринку.

Успіх реалізації КСВ-проектів, які забезпечать позитивний економічний ефект у довгостроковій перспективі, суттєво залежить від того, чи забезпечено баланс інтересів та задоволено вимоги усіх зацікавлених сторін. При розробленні та впровадженні комплексної програми СВ в компанії потрібно проводити реалізацію заходів у двох напрямках, які стосуються її внутрішнього (всередині компанії) та зовнішнього (стосовно всіх зацікавлених учасників) середовищ. Одним з ключових ресурсів, який забезпечує успішну та ефективну діяльність компанії, є її персонал. Реалізація проектів корпоративної соціальної відповідальності щодо персоналу дає суттєвий позитивний соціальний ефект, зростання мотивації та лояльності персоналу, його залученості, а також прагнення до покращення показників ефективності діяльності компанії [3]. Водночас реалізація таких проектів підвищує довіру та покращує сприйняття діяльності з боку споживачів, постачальників, партнерів, інституцій, держави та інших ключових учасників, які взаємодіють з компанією, що, в свою чергу, сприяє зниженню певних ризиків, зростанню залучення інвестицій та сталому розвитку бізнесу в довгостроковій перспективі.

Для підвищення стійкості в умовах динамічного зовнішнього середовища, розвитку у відповідності суспільним очікуванням, не лише великим організаціям, але й невеликими компаніями, необхідно розробляти та впроваджувати програми, які передбачатимуть реалізацію КСВ-проектів. Ефективна реалізація цих проектів можлива лише завдяки використанню інструментарію проектного управління, який дозволяє реалізувати проекти вчасно, якісно, з дотриманням ключових параметрів та задоволенням вимог усіх стейкхолдерів. Застосуванню методології проектного менеджменту при реалізації проектів гальмує ряд проблем: нестача сертифікованих фахівців, відсутність досвіду менеджерів організацій в управлінні КСВ-проектами, низька мотивація персоналу до навчання, низький рівень довіри до консалтингових компаній та освітніх закладів [4].

Запорукою успішної реалізації КСВ-проектів завдяки використанню інструментарію проектного управління є наявність ефективної згуртованої команди під керівництвом кваліфікованого проектного менеджера. Тому організаціям доцільно залучати професіоналів з управління проектами або ж підвищувати рівень компетенції персоналу у сфері проектного менеджменту з метою формування власних кадрів для розроблення та ефективної реалізації КСВ-проектів. Здобути знання та підвищити рівень компетенції персоналу у галузі проектного менеджменту можливо під час навчання у ВНЗ України, у асоціаціях за стандартами PMI та IPMA, на різних тренінгах, конференціях.

Отже, розроблення програм КСВ та їх впровадження сприятиме ефективному розвитку компаній відповідно до суспільних очікувань, дозволить ефективніше управляти ризиками, покращити взаємовідносини зі стейкхолдерами, зміцнити їх репутацію та покращити імідж, що загалом забезпечить хороший економічний ефект у довгостроковій перспективі. Фахове використання сучасних інструментів проектного управління при реалізації КСВ-проектів значно підвищить їх ефективність. Для розроблення та ефективної реалізації власних КСВ-проектів організаціям доцільно залучати фахових проектних менеджерів та підвищувати рівень знань персоналу у галузі проектного менеджменту.

Використана література:

1. Косар Н. С. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні / Н. С. Косар, В. М. Пилипенко, Н. Є. Кузьо // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Логістика. - 2014. - № 811. - С. 176-183.
2. Ахновська І.О. Механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах України / І.О. Ахновська, О.Ю. Лепіхова // Економіка і організація управління. - 2016. - Вип. № 1 (21). - С. 36-44.
3. Нагорнова О. В. Корпоративна соціальна відповідальність в управлінні трудовими ресурсами / О. В. Нагорнова, С. В. Ожема, О. Р. Овчиннікова // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту : зб. наук. пр. – Луцьк, 2018. – Вип. 20. – С. 207-214.
4. Когут І.В. Сучасний стан та проблеми розвитку проектного менеджменту в Україні [Електронний ресурс] / Г.Й. Лучко, Т. В. Лебідь, І. В. Когут // Економіка та суспільство. – 2017. - №9. – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/86.pdf.