

## **КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Задоя Михаил Вячеславович, Тараненко Ирина Всеволодовна*

*Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля*

Изменения характера конкурентного взаимодействия участников мирового хозяйства под влиянием под влиянием глобализации привели к необходимости новых подходов к обеспечению конкурентоспособности, в том числе путем включения корпоративной социальной ответственности (КСО), или социальной ответственности бизнеса, в маркетинговые стратегии компаний и стран.

Целью исследования является определение путей повышения конкурентоспособности путем включения принципов социальной ответственности бизнеса в маркетинговые стратегии микро-, мезо-, макроуровня в условиях глобализации экономики.

Европейская Комиссия определяет корпоративную социальную ответственность как «концепцию, согласно которой компании внедряют социальные и экологические принципы в бизнес-процессы и взаимодействие со стейкхолдерами на добровольных началах» [1, с.107]. Отсюда КСО рассматривается как часть вклада в устойчивое развитие и стратегию европейского экономического роста и занятости, поскольку имеет потенциал способствовать достижению целей социальной сплоченности, конкурентоспособности, развития человеческого потенциала и защиты прав потребителей [2, с. 264].

В странах с рыночной экономикой эволюция корпоративной социальной политики происходила в направлении от благотворительности к сложным, целенаправленным, социально обоснованным и выгодным, с точки зрения развития фирмы, программам. На рубеже 1990-х гг. бизнес стал придавать все большее значение не только максимизации прибыли, но и тому, каким образом (условия и оплата труда, воздействие на окружающую среду и пр.) создается прибыль. Корпоративная социальная ответственность все активнее интегрировалась в экономическую и маркетинговую политику компаний. Содействуя улучшению репутации и повышению доверия к бизнесу, корпоративная социальная ответственность сегодня расценивается как фактор роста экономических показателей, привлечения новых инвестиций, повышения конкурентоспособности [3].

Очевидно, что чрезмерные социальные обязательства бизнеса могут негативно сказаться на его развитии, приведут к снижению конкурентоспособности и, в конечном счете, ухудшению материального положения работников. Решение о том, какие корпоративные социальные программы осуществлять, и в каких масштабах, является строго добровольным делом бизнеса. Программы определяются конкретными условиями каждой отдельной компании (доходностью, приоритетами в области экономического, социального и технического развития, маркетинговой политикой), особенностями региона, где размещено производство, интересами стейкхолдеров – тех субъектов, кто так или иначе связан с ее деятельностью – производитель, потребитель, акционер, поставщик сырья, оборудования и пр.; население, проживающее рядом с предприятием.

Наибольшее распространение получили следующие виды социальных программ [3]:

– развитие персонала (нацелены на привлечение необходимых работников, повышение качества рабочей силы и предполагают обучение и профессиональное развитие, применение мотивационных схем оплаты труда, предоставление социального пакета, создание условий для отдыха и досуга, участие сотрудников в принятии управленческих решений и пр.);

– охрана здоровья и безопасные условия труда (нацелены на создание дополнительных норм охраны здоровья и условий безопасности на рабочих местах и предполагают охрану труда и технику безопасности, медицинское обслуживание персонала предприятия, поддержание

санитарно-гигиенических условий труда, поддержание материнства и детства, профилактику профессиональных заболеваний и т.п.);

- социально-ответственная реструктуризация (нацелены на смягчение социальных последствий высвобождения работников и предполагают разнообразные формы поддержки сотрудников, попавших под сокращение: профессиональную переподготовку, содействие в трудоустройстве, компенсационные выплаты, а также информационные кампании, освещающие предстоящие структурные изменения на предприятии, и т.п.);

- природоохранная деятельность (осуществление по инициативе предприятия программ, направленных на сокращение вредного воздействия на окружающую среду);

- развитие местного сообщества (поддержка социально незащищенных категорий населения, поддержка сохранения и развития жилищно-коммунального хозяйства и объектов культуры, спонсирование образовательных и спортивных организаций, благотворительные акции и пр.);

- добросовестная деловая практика (проведение предприятием политики информационной открытости, содействие развитию малого бизнеса, сотрудничество с государственными органами управления, ассоциациями потребителей и другими общественными организациями)

Исследования, проведенные украинскими и зарубежными авторами, позволили установить источники повышения конкурентоспособности компании через следование принципам КСО [4]:

- вследствие предоставления потребителям более качественных товаров, работ и услуг по экономически обоснованным ценам, совершенствования систем обслуживания и соблюдения требований, касающихся здоровья и безопасности, растут конкурентоспособность корпорации и ее финансовые показатели;

- за счет реализации социально ответственными компаниями программ по охране окружающей среды и ресурсосбережению происходит снижение вредных выбросов в атмосферу и водные источники территорий, достигается экономия потребляемых ресурсов;

- за счет обеспечения отдельными корпорациями достойных условий труда и оплаты своих работников, повышения их профессионального уровня и предоставления им комплекса социальных гарантий возрастает мотивация работников, средний уровень их квалификации и производительности труда;

- в результате соблюдения корпорациями правовых и этических норм ведения бизнеса, точного следования профессиональным стандартам и стремления к добросовестной конкуренции формируется положительный имидж компании, в т.ч. на зарубежных рынках, повышается доверие со стороны партнеров и заказчиков.

Таким образом, КСО представляет собой один из механизмов функционирования компании, служащий инструментом повышения устойчивости и конкурентоспособности как самого субъекта, так и всей региональной экономической системы [4].

В настоящее время в Украине принципы КСО внедряются в практику через механизм присоединения организаций и компаний к Сети Глобального договора ООН – крупнейшей международной инициативе по развитию социальной ответственности бизнеса, в которой принимают участие более 3000 компании из 100 стран мира. Информация о содержании Глобального договора ООН и его деятельности в Украине представлена на официальном сайте Сети Глобального договора ООН в Украине [5].

Основу Глобального договора ООН составляют десять принципов в области соблюдения прав человека, трудовых норм, сохранения окружающей среды и противодействия коррупционным проявлениям. Глобальный договор – это уникальная платформа, позволяющая компаниям организовать свою деятельность на основе принципов социальной ответственности.

При присоединении предприятия к Глобальному договору компания получает доступ к обширной базе данных ООН по вопросам развития, а также возможность участия в совместных мероприятиях с правительствами стран, деловыми кругами, организациями гражданского общества и другими заинтересованными сторонами. Вместе с тем Договор не является нормативной базой и в его цели не входит контроль или мониторинг деятельности, а также методов управления компанией [5].

Сеть Глобального договора в Украине объединяет компании, бизнес ассоциации, объединения профсоюзов, объединения работодателей, неправительственные организации, академические институты, которые объединились в поддержку Глобального договора и его принципов в области прав человека, стандартов труда, охраны окружающей среды, борьбы с коррупцией и партнерства для устойчивого развития. Подписантами Глобального договора являются более 150 компаний и организаций, среди них: «Славутич» Carlsberg Group, Метинвест Груп, Hyundai Motors Ukraine, НСК «Оранта», Международная Маркетинговая Группа, Ernst and Young, Торгово-промышленная палата Украины, ПАО Киевстар, Комерческий банк социального развития «Укрсоцбанк», коммерческий банк «Надра», СКМ, Интерпайп, МТС и многие другие.

Для того, чтобы стать членом Глобального договора ООН, компания:

1. Направляет письмо за подписью руководителя компании, указав, что компания поддерживает Глобальный Договор и 10 принципов, на которых он базируется.

2. Внедряет принципы Глобального Договора и вносит изменения в свою деловую деятельность так, чтобы глобальный Договор и его принципы стали частью стратегии, культуры и повседневной деятельности.

3. Публично поддерживает Глобальный Договор и его принципы в своих пресс-релизах, выступлениях, информационных мероприятиях, коммуникативной деятельности.

4. Отмечает в ежегодном отчете (или аналогичном корпоративном отчете) каким образом она поддерживает Глобальный Договор и его десять принципов.

Реализация принципов корпоративной социальной ответственности способствует росту доходов и укреплению имиджа предприятия в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Еще раз следует отметить, что управление бизнесом на основе принципов социальной ответственности позволит повысить конкурентоспособность компании за счет:

- снижения расхода материалов, энергии и воды;
- мотивации сотрудников и развития их самостоятельности;
- повышения эффективности деятельности предприятия;
- улучшения репутации компании среди заказчиков.

В результате исследования сделаны следующие выводы. Признание роли социальной ответственности бизнеса как механизма реализации двуединой стратегической цели – обеспечения конкурентоспособности в долгосрочном периоде и устойчивого развития в контексте удовлетворения потребностей будущих поколений через формирование ряда специфических конкурентных преимуществ, позволяет рассматривать социальную ответственность бизнеса (корпоративной социальной ответственности) на микро- и макро-уровнях как инновационный инструмент стратегического маркетинга. Провозглашение и соблюдение принципов КСО, в частности через механизм Глобального договора ООН, является действенным фактором повышения конкурентоспособности украинских компаний и позволяет создать долгосрочное конкурентное преимущество на зарубежных рынках.

#### **Литература:**

1. Overview of the links between Corporate Social Responsibility and Competitiveness / European Competitiveness Report 2008 (COM), European Commission. – Brussels, 2008. P. 106-121.
2. Тараненко И.В. Социальная ответственность бизнеса как фактор конкурентоспособности и

инновационный инструмент стратегического маркетинга в глобальной экономике  
Формирование рыночной экономики: сб. науч. трудов. – К.: КНЭУ. – 2012. – № 28. – Ч. 2. –  
С. 264–272.

3. Перова И.Т. Корпоративная социальная ответственность: особенности развития социальной  
политики российских предприятий [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<http://library.mephi.ru/data/scientific-sessions/2009/t6/1-6-1.doc>

4. Андреев А.А. Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивого развития  
региона. Автореферат канд. экон. наук. по спец. 08.00.05. Челябинск, 2010. – 24 с.

5. Сеть Глобального договора ООН в Украине. Официальный сайт. – Режим доступа:  
<http://www.globalcompact.org.ua/UA/>.