

**СЕКЦІЯ**  
**«СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ – ОСНОВА ФІЛОСОФІЇ**  
**БІЗНЕСУ»**

**УДК 330.354**

**Болух Діана**

*Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя*

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: РОЗУМІННЯ**  
**ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ**

**Boliukh Diana**

*Ternopil Ivan Puluj National Technical University*

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: UNDERSTANDING**  
**AND MODERN TRENDS**

Проаналізовано сучасне визначення корпоративної соціальної відповідальності. Досліджено різні підходи в розумінні впливу на формування соціальної відповідальності бізнесу. Соціальна відповідальність бізнесу відображає процес трансформації проблеми соціального характеру в додаткову вартість бізнесу завдяки імплементації його складових та можливості нарощення ринкової вартості. У свою чергу, імплементація соціальної відповідальності бізнесу можлива лише за умов наявності та ефективного використання економічних ресурсів підприємства, що підкреслює значущість економічного потенціалу підприємства у забезпеченні соціальної орієнтованості бізнесу за рахунок створення передумов для спрямування частини доходу на соціальні потреби та розвиток соціальної сфери.

На думку учасників Міжнародного форуму лідерів бізнесу, соціальна відповідальність бізнесу – це сприяння діловому практичному досвіду в отриманні вигоди бізнесом і суспільством, що через максимальне зростання позитивного впливу на суспільство з одночасною мінімізацією його деструктивної дії допомагає досягненню сталого економічного, екологічного та соціального розвитку.

Соціальна відповідальність за визначенням Міжнародного стандарту якості ISO 26000 – це відповідальність підприємства за вплив своєї діяльності на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору і етичну поведінку, сприяє сталому розвитку та добробуту суспільства, враховує інтереси зацікавлених сторін, поширена в усій організації і не суперечить відповідному законодавству й міжнародним нормам поведінки.

Якщо впровадження принципів соціально-відповідальної поведінки підприємства впливають на його ефективність, то неминуче потребує дослідження і впливу цих принципів на організацію маркетингу на підприємстві. Такий вплив краще за все проявляється через реалізацію сучасної маркетингової концепції – концепції соціально-етичного маркетингу, провідною ідеєю якого є виробництво і реалізація товарів з урахуванням вимог та інтересів суспільства. Було проведено співставлення принципів соціально-відповідного бізнесу із принципами соціально-етичного маркетингу та виявилось прямий тісний зв'язок між цими складовими різних категорій.

Зарубіжний досвід великих підприємств свідчить, що компанії, які запроваджують на практиці концепцію соціальної відповідальності, мають у 2-4 рази вищі темпи зростання, ніж конкуренти, що обмежують свої цілі лише отриманням прибутку. За оцінками спеціалістів Бостонської дослідницької групи, у компаніях, що впроваджують соціальну відповідальність, дохідність продажів зростає на 3 %, активів – на 4%, капіталу та акцій – більш ніж на 10%. Проведене дослідження рівнів

соціальної відповідальності бізнесу дозволило виокремити її внутрішні і зовнішні складові. Отже, у сучасних умовах соціально-економічного розвитку підприємств усе більшої популярності набуває думка про те, що соціальна відповідальність бізнесу є однією з основних складових створення ключових компетенцій підприємства.

Оскільки ефективне ведення бізнесу, насамперед, залежить від добробуту громад, в яких функціонують підприємства, то соціальна відповідальність бізнесу має відігравати активну роль у нарощенні економічного потенціалу підприємства, принципи використання якої повинні бути узгодженими зі стратегічними пріоритетами підприємства і полягати в такому: провідна роль працівників у сталому економічному розвитку підприємства; підвищення показників екоефективності та екоосвідомості; покращення добробуту населення через підтримку власної ініціативи у відповідних соціальних процесах; підтримка соціальних програм держави; дотримання принципів ділової етики, які ґрунтуються на повазі, мотивації, лідерстві та піклуванні про майбутнє; імплементація досвіду соціально відповідального бізнесу в межах регіону та країни; реалізація принципів соціальної відповідальності бізнесу на основі традицій вітчизняних підприємств і найкращих світових практик; забезпечення виробництва якісних та безпечних продуктів харчування. З економічного погляду, роль ключових компетенцій полягає в тому, що вони дозволяють ефективно використовувати ресурси підприємства, зосереджуючи увагу на спеціалізації суб'єкта господарської діяльності, що створює певний бар'єр входу на ринок для конкурентів та надає компанії можливість якнайповніше використати потенціал ринку. Отже, у найближчій перспективі всім сторонам соціального діалогу в Україні належить знайти свою нішу в справі просування національної ідеї соціальної відповідальності, регулювання національного економічного простору з метою його соціалізації. Головним завданням організацій має стати реальне поліпшення якості трудового життя найманих працівників та виховання в них громадянської відповідальності. Підприємці повинні усвідомити як реальний факт залежність успішності свого бізнесу від соціального становища в країні і на підприємстві, а значить, урахувувати й інші крім збагачення цілі підприємницької діяльності та людського життя загалом. Держава повинна забезпечити додержання законів та створити механізм заохочення (передусім економічного) сторін до соціально відповідальної діяльності, до розв'язання можливих проблем методами соціального партнерства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гришова І. Ю. Соціальні інвестиції як інструмент реалізації соціально орієнтованого бізнесу. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2014. Вип. 4. С. 183-187.
2. Бутенко Н. Ю. Організаційна поведінка: навч. посіб. К. : КНЕУ, 2008. 744 с.
3. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. пер. з англ. С. Яринич. К.: Стандарт, 2005. С. 302.
4. Краузе О. І., Піняк І. Л., Шпилик С. В. Соціальна відповідальність в контексті діджиталізації бізнесу // *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: «Економічні науки». - 2022. - №11.
5. Соціалізація відносин у сфері праці в контексті стійкого розвитку : монографія / [А. М. Колот, О. А. Грішнова, О. О. Герасименко та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота. – К. : КНЕУ, 2010. – 348 с.
6. Савченко І. Г. Ціннісний вимір соціальної відповідальності в демократичній державі. Х.: ХНУ ВС, 2008. 199 с.