

УДК 338.242
Рапа Наталія

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
**ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

Rapa Nataliia

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
**FEATURES OF THE IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY**

На даний час соціальна відповідальність є ключовою ланкою для ведення бізнесу. Дана ідея полягає в тому, що підприємство працює не тільки для одержання максимального прибутку, але й для допомоги суспільству. Можна сказати, що корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) — це концепція управління, в рамках якої компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми у свої бізнес-операції і взаємодіють зі своїми зацікавленими сторонами. Саме тому, на даний час, працівники і клієнти віддають перевагу підприємствам які впровадили в свою діяльність корпоративну соціальну відповідальність.

Якщо детальніше розглянути соціальну відповідальність, то її варто поділити на чотири ключових елементи: етична відповідальність; екологічна відповідальність; філантропська відповідальність; економічна відповідальність.

Етичну відповідальність можна розглядати з внутрішньої і зовнішньої сторони. Внутрішня етична відповідальність відображається в поведінці всередині підприємства, а саме: турбота про добробут працівників, додержання всіх етичних норм, встановлення вищої мінімальної заробітної плати, відсутність дискримінації. Розглядаючи етичну відповідальність зі зовнішньої сторони можна виділити такі ознаки: сертифікація товару, чесна торгівля, моральне ставлення до покупців та постачальників.

Також не потрібно забувати про важливість на даний час екологічної відповідальності. З кожним роком екологічний стан планети погіршується і тому важливим є відношення до цього самих людей і підприємств. Нині компаніям потрібно зосередитися на двох основних сферах нашого довкілля: обмеженні забруднення та зменшенні викидів парникових газів. Компанії зобов'язані дотримуватись своєї економічної відповідальності, оскільки обізнаність споживачів про екологічні проблеми істотно зростає і сьогодні вони хочуть, щоб бізнес вжив необхідних заходів для порятунку нашої планети та збереження усіх життів на ній. Компанії, стурбовані зменшенням забруднення повітря, землі та води, підвищили свій статус хороших корпоративних організацій, приносячи користь суспільству [1, с. 59].

Філантропічна відповідальність полягає в служінні людству. Даний вид соціальної відповідальності проявляються в підтримці, що морально, що фінансово непривілейованим або нужденним людям, які потребують допомоги. Компанії виконують свої благодійні обов'язки, жертвуючи свій час, гроші чи ресурси благодійним організаціям та організаціям на національному та міжнародному рівнях.

І останнім видом соціальної відповідальності є економічна відповідальність. Даний вид можна виділити як баланс між мораллю, бізнесом, екологією та благополуччям. Вона полягає в знаходженні шляхів, які допоможуть підвищити прибутку компанії, при цьому не порушуючи моральні і етичні норми.

Отже, аналізуючи всі складові корпоративної соціальної відповідальності, можна сказати, що її впровадження є доволі важкою і довгою працею для підприємства. Але

дана робота значно окупиться для цих сміливих компаній. На рис. 2. Представленні основні плюси впровадження корпоративної соціальної відповідальності.

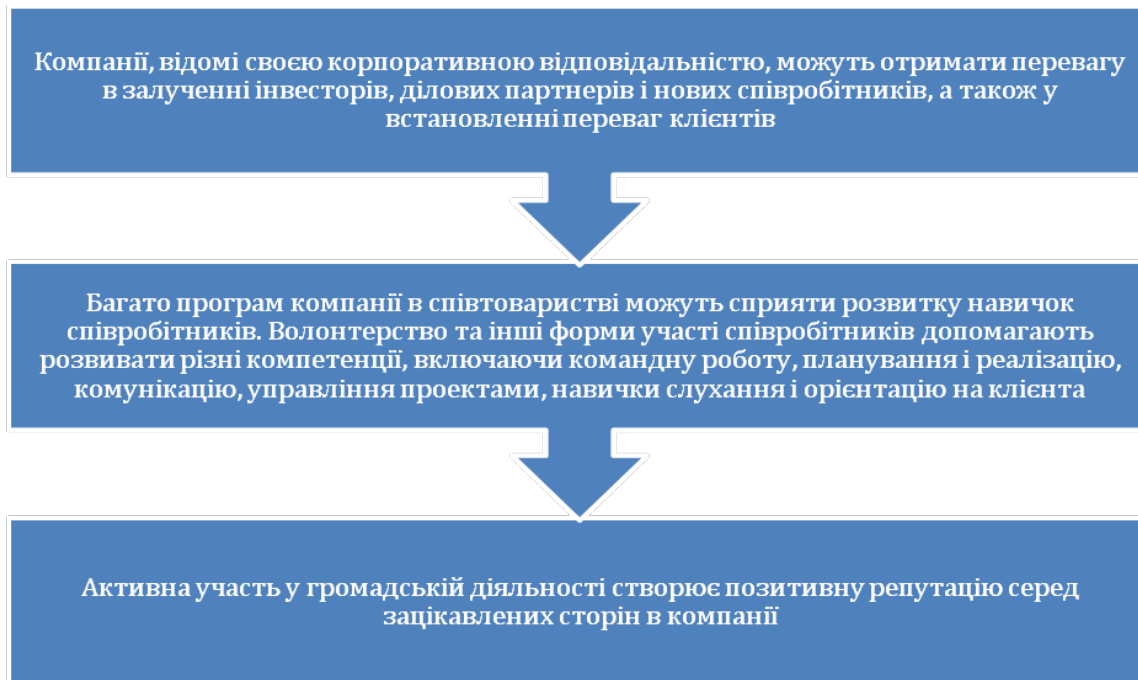


Рис. 2. Плюси впровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві

Проаналізувавши досвід інших країн, в Україні також підприємства активніше почали впроваджувати в свою діяльність корпоративну соціальну відповідальність. Активний розвиток можна побачити проаналізувавши Індекс соціального прогресу (Social Progress Index). В 2019 році Україна посідала 80 місце серед 149 країн. Станом на 2022 рік цей показник збільшився і Україна знаходиться на 52 місці серед 169 країн.

Даний прогрес є доволі стрімкий, але все ще залишилися перешкоди, які не дозволяють більш швидшому впровадженні корпоративної соціальної відповідальності у вітчизняний бізнес. Серед основних можна виділити такі: застарілі методи управління бізнесом; швидкий прибуток замість довгострокової діяльності на ринку; опір керівництва і персоналу новим змінам й інноваціям; неврахування думки й інтересів працівників підприємства; точкове використання новітніх методів мотивації персоналу і практична відсутність соціальних програм для працівників підприємств; копіювання досвіду іноземних компаній без глибшого їх вивчення і урахування особливості вітчизняної економіки; відсутність значного досвіду партнерських відносин підприємства з іншими суб'єктами (громадою, освітніми закладами, громадськими організаціями тощо) та інші.

Отже, проаналізувавши особливості всіх елементів корпоративної соціальної відповідальності, можна визнати, що вона не може впроваджуватися лише частково, тобто дотримуючись тільки одного виду соціальної відповідальності. Якщо дана система буде працювати, дотримуючись всі видів соціальної відповідальності, то підприємство зможе отримати значно більше переваг для розвитку своєї діяльності. Але не потрібно забувати про певні перешкоди, які й надалі продовжують гальмувати розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Якщо підприємство проаналізує всі ці перешкоди, світовий економічний ринок і особливості вітчизняної економіки, то впровадження і розвиток корпоративної соціальної відповідальності буде відбуватися правильно і стрімко, що пришвидшить зростання підприємницької

діяльності, зокрема в контексті інвестиційної привабливості, інноваційної активності, маркетингово-логістичного розвитку тощо.

Список використаних джерел:

1. Кузьмін О. Є., Станасюк Н. С., Уголькова О. З., Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, типологія та чинники формування. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. № 2 (6), 2021. С. 56-64.
2. Іпполітова І.Я., Ревенко О.В. Соціальна відповідальність бізнесу: стратегічний та інвестиційний аспекти. причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій інфраструктура ринку. *Електронний науково-практичний журнал Вип. 42 Одеса* 2020. С. 176-181.
3. Краузе О. І., Піняк І. Л., Шпилик С. В. Соціальна відповідальність в контексті діджиталізації бізнесу. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»*. 2022. №11. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-11-8381>
4. Краузе О. І., Юрик Н. Є. Соціальна відповідальність суб'єктів ринку праці. *Електронне наукове видання «Публічне адміністрування та національна безпека»*. 2023. №4. URL: <https://doi.org/10.25313/2617-572X-2023-4-8859>