

КОНЦЕПТУАЛІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Глобалізація та світова інтеграція національних економічних систем зумовлює тісний зв'язок бізнесу, держави і суспільства. Сучасна концепція ведення бізнесу полягає в обов'язковому врахуванні інтересів усіх зацікавлених сторін, що покладає на підприємства великий тягар відповідальності за вплив результатів їх діяльності на власників, менеджерів, робітників, постачальників, замовників, акціонерів та інших зацікавлених сторін суспільної та державної сфери. Саме тому, соціальна відповідальність наразі виступає однією із головних ознак відповідальних бізнес-структур. У сучасному економічному просторі спостерігається динамічна тенденція до упровадження соціальної відповідальності в усі сфери життєдіяльності підприємства, тому саме це питання набуває широкої актуальності з наукового погляду та вимагає більш глибокого розкриття її сутності, рівнів, видів та напрямів управління нею.

Соціальна відповідальність бізнесу передбачає те, що підприємства функціонують не лише з метою досягнення власних фінансових цілей, результатів та орієнтирів, а при цьому намагаються принести користь державі, суспільству і довкіллю. Ключовим фактором соціальної відповідальності є забезпечення прогресивного та безпечного розвитку на засадах сталості. Таким чином, стратегія максимізації прибутку під час прийняття управлінських рішень у тісній взаємодії з концепцією якісного обслуговування та постійного захисту інтересів усіх членів держави та суспільства сьогодні стає провідним орієнтиром діяльності більшості світових та вітчизняних підприємств.

Соціальна відповідальність – це соціальне явище, що являє собою добровільне та свідоме виконання, використання і дотримання суб'єктами суспільних відносин, приписів, соціальних норм, а у випадку їхнього порушення – застосування до порушника заходів впливу, передбачених цими нормами.

Вперше поняття «соціальна відповідальність» було розглянуте у 50-ті роки ХХ ст. Варто відзначити, що перша фундаментальна праця «Соціальна відповідальність бізнесмена» Хоуарда Р. Боуена стосовно цієї теми з'явилася у 1953 році. Х.Р. Боуен проаналізував застосування концепції соціальної відповідальності у бізнесі, а також встановив ряд економічних та соціальних вигід, які вона може принести суспільству. Упродовж наступних років багато науковців та практиків розглядали поняття соціальної відповідальності з точки зору різних аспектах.

За умов сучасних глобальних економічних викликів виникла потреба в розвитку та реалізації загальних засад соціальної відповідальності суб'єктів господарювання, трансформації підходів до її розуміння, а також імплементування в стратегії діяльності кожного окремого суб'єкту господарювання, що знайшло своє відображення у понятті корпоративної соціальної відповідальності. Термін «корпоративна соціальна відповідальність» вперше було заявлено Генеральним директором ООН Кофі Аннан у 1999 році. В широкому розумінні соціальну відповідальність бізнесу розуміють як ведення бізнесу з урахуванням потреб власного персоналу, місцевих громад і навколишнього природного середовища.

Отже, корпоративна соціальна відповідальність бізнесу - це концепція залучення соціальних і екологічних аспектів у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між різними зацікавленими сторонами (групами впливу). Також, під корпоративною соціальною відповідальністю варто розуміти внесок бізнесу у досягнення цілей сталого розвитку, який передбачає збалансованість економічних, соціальних та екологічних цілей суспільства, інтеграцію їх у взаємовигідні приписи та підходи. Таким чином, корпоративну соціальну відповідальність бізнесу можна розглядати, як спосіб покращення ефективності роботи компанії як у короткостроковому, так і довготривалому періодах.

Узагальнюючи проведені дослідження варто відмітити те, що соціальна відповідальність бізнесу є здебільшого добровільною ініціативою. Дана політика полягає у свідомому виборі підприємством здійснення позитивного внеску в розвиток та добробут сучасного суспільства, отримуючи при цьому прибуток та ряд переваг іміджевої складової. Повноцінна реалізація даної стратегії підприємства, яке обрало шлях соціальної відповідальності повинна обов'язково корелювати з внутрішніми та зовнішніми групами впливу, забезпечуючи максимальний синергійний ефект «прибуток-відповідальність-імідж».

В цілому, концепція соціальної відповідальності сьогодні стала важливою передумовою розробки сучасних успішних бізнес-стратегій, що позитивно впливає на стабільний розвиток і діяльність підприємств. Еволюція даного поняття вказує на чітку необхідність її застосування, адже це дає можливість поєднати інтереси бізнесу, суспільства та владних структур у всіх важливих аспектах забезпечення життєдіяльності будь-якої економічної формації.