

УДК 005.35

Міщенко О.А., магістрант ФБСО, гр. ЗМО-23-2М
 Науковий керівник: Ткачук Г.Ю., к.е.н., доц., доцент
 кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій
 Державний університет «Житомирська політехніка»

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: СУТНІСТЬ І НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ

Сьогодні в просторі наукових досліджень дедалі більше уваги приділяється необхідності вироблення нових концептуальних основ, методів та технологій управління, формування інноваційних ідей, завдань управління та методів ухвалення оптимальних рішень. Повсякденна діяльність сучасної організації все частіше розкривається крізь призму радикальних трансформацій, невизначеності вектору розвитку, нового етапу зміни соціального та технологічного укладу. Багатозначність, багатовимірність, існуючого соціального порядку породжує відповідне різноманіття як на макро-, мезо-, так і на мікрорівні управління організацією як соціальною системою. Довгий час в управлінській практиці розуміння конкурентоспроможності організації пов'язувалося виключно з економічною ефективністю. В умовах соціальних змін стійкість організації пов'язують із репутаційним капіталом, іміджем та рівнем її соціальної відповідальності.

Термін «корпоративна соціальна відповідальність» сформувався у часовому горизонті порівняно недавно. За оцінкою деяких експертів трохи більше 40 років тому [1]. Приблизно з кінця 70-х років відбувається усвідомлення необхідності та актуалізується потреба об'єднання розрізаних елементів у рамках єдиної політики, пов'язаної із взаємовідносинами як усередині організації, так і при взаємодії із зовнішнім соціальним середовищем [2]. Під соціальною відповідальністю бізнесу слід розуміти поведінку, яка забезпечує досягнення повного балансу інтересів з урахуванням як показників соціальної так і економічної ефективності, і принципів соціальної справедливості [3]. «Корпоративна соціальна відповідальність являє собою постійну прихильність бізнесу до етичної поведінки... Це не просто окремі заходи, а цілий комплекс заходів, інтегрованих у роботу компанії та підтримуваних керівництвом [4].

У науковому дискурсі існує розподіл соціальної відповідальності на внутрішню та зовнішню. Внутрішня соціальна відповідальність організації включає такі обов'язкові аспекти: безпека трудової діяльності, стабільність заробітної плати, що підлягає виплаті, медичне та соціальне страхування працівників, розвиток комплексу людських ресурсів через навчальних програм, а також програм підготовки та підвищення кваліфікації, заходи щодо надання всіх необхідних видів допомоги працівникам, які потрапили у критичну ситуацію. До зовнішньої соціальної відповідальності відносять: спонсорство та корпоративну благодійність; сприяння охороні навколишнього середовища; взаємодія з місцевою спільнотою та місцевою владою; готовність брати участь у кризових ситуаціях; відповідальність перед споживачами товарів та послуг (випуск якісних товарів).

Концепція корпоративної соціальної відповідальності, як правило, включає дві основні складові: це мінімізація ризиків та визначення перспектив розвитку організації. Перше означає зниження комунікативних бар'єрів, можливих прогалин у взаємовідносинах із суспільством та соціальна ідентифікація організації. У другому випадку – створення нових продуктів та послуг, заповнення тих сегментів ринку, вихід на які міг би принести об'єктивну користь усьому суспільству. Це не тільки створює певний імідж організації, а й впливає на прибуток, знижує ризики створення нового товару та просування на нові ринки.

Отже, корпоративна відповідальність є елементом культури організації. З усією впевненістю можна стверджувати, що зміцнення і розвиток системи соціальної відповідальності організації сприяє підвищенню ефективності управління та формування соціально відповідальної поведінки. Здатність організації викликати довіру обумовлюється багатьма факторами, і минулим досвідом взаємодії, і ситуацією, і цілями взаємодії, що змінюються. Реалізація комплексних заходів, спрямованих на підвищення рівня соціальної відповідальності організації та вдосконалення технології управління, безпосередньо визначає успішність організації та є найважливішим стратегічним напрямком організаційного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Грیشнова О. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні. URL: <http://surl.li/brchbn>
2. Дмитрів Б. Ю. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності. Сталий розвиток економіки. 2019. № 4(45). С. 96–104.
3. Клименко І. М. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті цілей сталого розвитку. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1292>
4. Колот А. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. URL: <http://jnas.nbu.gov.ua/article/UJRN-0000351935>