

2. Антощенкова В.В. Становлення системи логістики в молокопродуктовому підкомплекс. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. Економічні науки. Х.: ХНТУСГ, 2013. Вип. 138. С. 65-69.*

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ**

*Шершенюк О.М., к.е.н., доцент  
Кирчата І.М., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сталий розвиток і довгострокова конкурентна стійкість соціально відповідальних підприємств забезпечується якістю управління, обізнаністю вищого керівництва і прийняттям управлінських рішень на основі принципів корпоративної соціальної відповідальності і імплементації цих технологій у стратегічний розвиток підприємств. Активна реалізація перспективних соціальних проєктів, проведення ефективних соціальних заходів забезпечують розбудову держави, сприяють добробуту і підвищенню якості життя населення України [1]. Аналіз останніх років діяльності вітчизняних компаній констатує підвищений суспільний інтерес до оцінки корпоративної соціальної відповідальності останніх, обумовлений впливом глобалізації бізнес-процесів. Переважна більшість вітчизняних компаній, які виходять на міжнародні ринки підкреслює, що діяльність в області корпоративної соціальної відповідальності є критично важливим елементом стратегічного управління, а чинні на глобальному рівні підвищені стандарти соціальної відповідальності господарюючих суб'єктів показують наскільки корпоративна соціальна відповідальність може бути успішною і прибутковою в довгостроковій перспективі. Розвиток стратегічного підходу до корпоративної соціальної відповідальності в даний час є загальносвітовою тенденцією, що векторно спрямована на отримання довгострокових конкурентних переваг, створення цінності для бізнесу та суспільства як результату взаємодії зацікавлених сторін.

Сьогодні в діловому співтоваристві склалася стабільна група компаній, які реалізують принципи і інтегрують соціальну відповідальність, як підсистему управління в систему стратегічного управління, керуючись міжнародними вимогами і стандартами, використовуючи при цьому соціальні інвестиції як критерій ефективності. Соціальна відповідальність (СВ) передбачає необхідність сучасної концепції, що заохочує компанії враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на споживачів, стейкохолдерів, працівників, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах своєї діяльності. СВ передбачає відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів, а також гармонійне співіснування взаємодії та постійний діалог із суспільством, участь у вирішенні найгостріших соціальних проблем [2].

Впровадження та дотримання принципів соціальної відповідальності в діяльності компаній є як соціальною, так і економічно обґрунтованою необхідністю, що дозволяє досягати наступних результатів:

Покращення результатів комерційної діяльності через підвищення продуктивності праці і ефективності виробництва, активізації інноваційної діяльності, удосконалення системи управління фінансовими і нефінансовими ризиками та ін.

Підвищення рівня репутації та іміджу компанії. Репутація обумовлена такими нематеріальними активами, як надійність, довіра, якість, добропорядні відносини і прозорість. В результаті реалізації соціально значущих програм до компаній істотно підвищується довіра і формується позитивна думка серед цільової аудиторії, що призводить до розширення частки ринку, збільшення лояльності існуючих і залучення нових споживачів продукції.

Зміцнення ділових відносин із партнерами по бізнесу. Все частіше ділові взаємовідносини будуються на довгостроковому ґрунті з соціально успішними компаніями. Як наслідок, відбувається розширення можливостей укладення більш вигідних контрактів з діловими партнерами та постачальниками ресурсів.

Забезпечення стійких партнерських відносин з регіональними органами, місцевими громадами, профспілками, громадськими інститутами, ЗМІ, шляхом впровадження кращих практик, які демонструють високу громадянську і соціальну відповідальність перед державою і суспільством.

Сприяння підвищенню можливостей щодо залучення і утримання кваліфікованих кадрів в умовах їх гострого дефіциту. Соціальна відповідальність є важливим фактором мотивації співробітників і залучення висококваліфікованих фахівців. В результаті реалізації внутрішньої соціальної відповідальності відбувається поліпшення людських відносин і продуктивності працівників, значно зростає рівень компетентності та професіоналізму співробітників компанії, підвищується продуктивність праці.

Формування навколо підприємства зони соціального благополуччя через соціальні проекти, які надалі все більше привертають увагу засобів масової інформації. Правильно вибудована стратегія щодо реалізації таких проектів і висвітлення їх перед спільнотою, може виступити як досить вагома підтримка бізнесу і принести більший економічний і комунікаційний ефект, ніж стандартні загальнозживані заходи [3-5].

### Література:

1. Власова К.В. Корпоративна соціальна відповідальність – основа інноваційного розвитку підприємств АПК України. *Економічний аналіз*. Тернопіль, 2018. Том 28. № 3. С. 247-251.
2. Шутаєва О.О. Соціальна відповідальність в досягненні конкурентоспроможності підприємства. *Культура народів Причорномор'я*. 2014. № 273. С. 73-78.
3. Гончаров С.Ф., Кричевский Н.А. Корпоративная социальная ответственность. М., 2006. 195 с.

4. Романова О.А. Формирование конкурентных стратегий промышленных предприятий с позиции корпоративной социальной ответственности. *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. 2017. Т. 10. № 6. С. 138-152. DOI: 10.15838/esc.2017.6.54.9

5. Мазуренко В.П. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі. *Ефективна економіка*. 2012. № 6. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2012\\_6\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_6_17) (дата звернення: 12.10.2019).