

**Обиденнова Тетяна Сергіївна**  
**Obydiennova Tetiana,**

канд. екон. наук, доц.,

доцент кафедри економіки та менеджменту,

Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія»

Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна,

м. Харків, Україна

ORCID ID: 0000-0002-5548-3906

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ОСНОВА СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

Розвиток соціально-економічних відносин породжує необхідність адаптації підприємств до нових умов господарської діяльності. У сучасних умовах прагнення економічних суб'єктів до встановлення стійких взаємин із зацікавленими сторонами викликало перегляд суспільної значущості компаній та наголосило на важливості їх соціальної активності. Внаслідок цього виникла потреба в інформуванні суспільства про соціальні ініціативи підприємств для формування позитивної громадської думки. Для забезпечення сталої громадської підтримки підприємствам необхідно реалізовувати соціально значущі заходи, такі як фінансування благодійних проєктів, соціальний захист працівників та турбота про екологічну ситуацію. Паралельно з цим важливо регулярно інформувати громадськість про такі дії, що підкреслює соціальну значущість діяльності та зміцнює репутацію компанії. Серед оптимальних механізмів соціального розвитку та інституційної модернізації національної економіки у європейській практиці визнана система соціальної відповідальності бізнесу [1].

Баланс між економічними та соціальними цілями підприємства стає ключовим елементом розвитку соціально орієнтованої економіки та соціальної відповідальності бізнесу. Вирішення цього завдання вимагає як вдосконалення напрямів соціальної відповідальності, так і поліпшення системи інформування, що сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємств.

Інтерес вітчизняних учених до проблем соціальної відповідальності значно зріс останніми роками. Внаслідок численних досліджень було сформульовано загальні підходи до розуміння соціальної відповідальності бізнесу. До них можна віднести такі положення:

- соціальна відповідальність бізнесу є однією із сфер діяльності підприємства;
- соціальна відповідальність бізнесу має добровільний характер;
- соціальна відповідальність не зводиться до дотримання законодавчих норм.

У сучасному науковому середовищі немає єдиного загальноприйнятого визначення соціальної відповідальності бізнесу. Це пов'язано з тим, що дослідники, міжнародні організації та вітчизняні компанії розглядають це явище з різних точок зору: етичної поведінки, сталого розвитку, захисту навколишнього середовища та інших аспектів.

Аналіз існуючих підходів до визначення соціальної відповідальності бізнесу дозволяє виділити ключові напрями та заходи у рамках соціально відповідальної діяльності. До них належать: сталий розвиток, вирішення екологічних та соціальних проблем, дотримання етичних норм, розвиток місцевих спільнот, задоволення потреб персоналу, участь у формуванні громадянського суспільства, турбота про майбутні покоління, споживачів продукції, ділових партнерів, а також вибудовування діалогу з суспільством. Однак жоден із цих напрямів не може претендувати на універсальність, оскільки кожен орієнтований на взаємодію з окремими групами стейкхолдерів.

Компанії по-різному трактують соціальну відповідальність бізнесу: як зобов'язання, як теоретичну та практичну концепцію, як спосіб побудови взаємин або як певний напрям діяльності, що сприяє реалізації соціальних заходів. Ця різноманітність підходів

пояснюється ступенем інтеграції соціальної відповідальності в ділову практику компаній, яка може змінюватись від проведення разових благодійних акцій до повного впровадження соціальних та екологічних цілей у корпоративну стратегію. Але беззаперечним є те, що соціальна відповідальність стає обов'язковою для бізнесу, адже сучасні тенденції розвитку свідомості населення потребують відповідних змін у стратегії компаній [2].

З урахуванням сучасних тенденцій, соціальна відповідальність бізнесу охоплює кілька ключових напрямів, що характеризують її розвиток.

1) Соціальну відповідальність бізнесу не можна розглядати як набір періодичних заходів щодо підтримки іміджу; вона повинна ґрунтуватися на сукупності базових принципів, які інтегруються у повсякденну діяльність компанії та враховують взаємодію з внутрішнім та зовнішнім середовищем підприємства.

2) Соціальна відповідальність бізнесу обумовлена суспільними потребами; інформація про діяльність підприємств формується у відповідь на запити зацікавлених сторін, які можуть суттєво впливати на функціонування компанії та її фінансові результати.

3) Соціальну відповідальність не слід обмежувати лише зобов'язаннями щодо дотримання законодавства та реалізації довгострокових цілей, корисних для суспільства; відмова від соціальної відповідальності, пов'язаної з виконанням обов'язкових вимог (наприклад, сплата податків, дотримання екологічних норм) є неприйнятною, оскільки їх порушення тягне за собою правові санкції та штрафи.

Таким чином, дослідження соціальної відповідальності бізнесу є актуальним напрямом у світлі сучасних тенденцій розвитку сучасних підприємств. Інформація про соціальні ініціативи стає важливим інструментом взаємодії із зовнішніми та внутрішніми стейкхолдерами. Вплив зовнішніх та внутрішніх чинників формує поведінкові моделі у підприємницькому середовищі, що сприяє створенню алгоритмів та механізмів довгострокового сталого розвитку бізнесу як на рівні підприємств та галузей, так і на рівні національної та глобальної економіки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Букреєва Д., Денисенко К. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52>.

2. 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*. 2021. № 2 (6). С. 56-64.