

### Інформаційні джерела:

1. Прядко О.М., Тарасов І.Ю., Шурігін О.В. Рейтингова оцінка ВНЗ регіону як інструмент маркетингового менеджменту. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2016. № . С. 200-212.  
URL: [https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/941/1/esprstp\\_2016\\_1\\_22.pdf](https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/941/1/esprstp_2016_1_22.pdf)
2. Савицька Н. Л. Інституціональні проблеми взаємодії стейкхолдерів у вищій освіті. //Соціально-економічні трансформації в епоху глобалізації: зб. наук. ст. учасників Шостої Всеукр. наук.-практ. конф. Полтава: Скайтек, 2015. С. 48-52.  
URL: <http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/4323/1/Savicka.pdf>

## РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ У ФОРМУВАННІ ЦІННІСНОГО ОРІЄНТИРУ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Лонська А. Є, Подоляко А. С., здоб. ОС «бакалавр»  
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Г.Б. Тимохова  
*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна*

Європейська інтеграція не лише вимагає інституційних реформ у сфері соціально-економічного розвитку України, а й створює рамкові умови та поштовх для їх реалізації. Серед найкращих механізмів національного економічного і соціального розвитку та інституційної модернізації в європейській практиці визнано систему корпоративної соціальної відповідальності.

У сучасному світі корпоративна соціальна відповідальність – це вже не добровільний вибір корпоративного менеджменту, а відповідальність перед суспільством. Підприємства можуть негативно впливати на навколишнє середовище під час своєї діяльності, тому вкрай важливо, щоб компанії планували свою діяльність таким чином, щоб зменшити забруднення, і звітувати про заходи сталого розвитку перед ключовими зацікавленими сторонами.

Якщо окремі компанії не впроваджують заходи КСВ у своїй діяльності, конкуренти в галузі, ймовірно, скористаються цією можливістю та перетворять недоліки своїх конкурентів на власні переваги, пропонуючи товари чи послуги, які виконуються соціально відповідальним способом. Відповідно, зміцнюється їхня міжнародна конкурентна позиція. З початку 2020 року в Україні діє «Концепція реалізації державної політики у сфері розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні». Запровадження цього поняття розглядається не лише з точки зору питань соціальної та соціальної сфери та важливості безперервного соціального захисту всього працюючого населення, а й з точки зору введення елементів суспільства в контекст розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

Проведення принципів соціальної відповідальності в корпоративній діяльності є соціально та економічно виправданою необхідністю для досягнення наступних результатів:

1) поліпшення результатів господарської діяльності шляхом підвищення продуктивності праці та ефективності виробництва, активізації інноваційної діяльності, удосконалення систем управління фінансовими та нефінансовими ризиками.

2) підвищення популярності та іміджу компанії. Репутація визначається нематеріальними активами, такими як надійність, довіра, якість, хороші стосунки та прозорість. В результаті реалізації соціально значущих програм значно зростає довіра до компанії та формуються позитивні думки у цільовій аудиторії, що призводить до збільшення частки ринку, підвищення лояльності до існуючих продуктів та залучення нових споживачів продукції.

3) підвищення надійності ділових відносин з діловими партнерами. Все більше і більше ділових відносин встановлюються на довгостроковій основі з успішними компаніями в суспільстві. У результаті розширюються можливості для більш вигідних контрактів з діловими партнерами та постачальниками ресурсів.

4) забезпечення стабільних надійних партнерських відносин з регіональними органами, територіальними громадами, профспілками, громадськими органами, засобами масової інформації шляхом впровадження кращих практик, що демонструють високий ступінь громадянської та соціальної відповідальності перед державою та суспільством.

5) збільшення шансів на залучення та утримання кваліфікованих талантів на тлі критичної нестачі талантів. Соціальна відповідальність є важливим чинником мотивації працівників та залучення висококваліфікованих спеціалістів.

Завдяки реалізації внутрішньої соціальної відповідальності покращуються міжособистісні стосунки та продуктивність праці працівників, значно підвищилися здібності та професійний рівень працівників підприємства, підвищилася продуктивність праці.

б) продуктування зон соціального захисту навколо бізнесу через соціальні програми, які й надалі привертатиме все більше уваги ЗМІ.

Відповідні стратегії реалізації таких проектів та їх впливу на громади можуть слугувати важливою підтримкою для бізнесу та призвести до більшого економічного та комунікаційного впливу, ніж стандартні загальнонавживані заходи [1].

Варто зазначити, що хоча війна в Україні триває з 2014 року, дослідники не до кінця проаналізували особливості реалізації форм соціальної відповідальності в контексті розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) протягом багатьох років. у складних зовнішніх умовах середовища.

Адаптивність бізнесу, здатність швидко реагувати на нагальні потреби, забезпечення безпеки ресурсів і людей є головними пріоритетами кожної компанії. Від цього зазвичай залежить його цілісність і здатність

продовжувати роботу. Бізнес, який продовжує працювати під час війни, може дати країні необхідний поштовх і направити її в потрібному напрямку, щоб відродити економіку та повернути кваліфікованих працівників, які покинули країну заради безпеки своїх сімей.

Війна – пробний камінь бізнесу. Тому кожна компанія має бути прозорою та соціально відповідальною. Своєчасна сплата податків, виплата заробітної плати працівникам, взаємовигідні контракти з партнерами та клієнтами – все це критерії сталого розвитку компанії в майбутньому та сьогодні – підтримки національної економіки. КСВ-проекти не обов'язково потребують фінансових витрат від організатора ініціативи. Одним із способів, як бізнес може використовувати свій досвід для відновлення країни, є створення нових можливостей для допомоги іншим людям або партнерам. Кожна компанія може бути майданчиком для збору допомоги та передачі її тим, хто її потребує. Це може бути створення благодійного фонду або умовна «кнопка» для переказу коштів на ресурсах корпоративної мережі. Інформаційна допомога також важлива і безкоштовна. Наприклад, компанія може створити список розсилки для партнерів із переліком надійних ініціатив для пошуку підтримки, інтегрувати інформацію про поточні події зі збору коштів у свої комунікації в соціальних мережах, залучати клієнтів на важливі конференції тощо [2].

КСВ в умовах війни має нові наслідки не лише для суспільства, а й для самих працівників організації. Відкрита підтримка компанією позиції України та участь у відновленні економіки країни додали всім співробітникам довіри до компанії та відчуття стабільності. Програми КСВ допомагають підтримувати командний дух під час тривалої кризи. Співробітники повинні усвідомлювати, що, незважаючи на нестабільну ситуацію, їхня компанія є центром стабільності та центром підтримки для їхніх команд, їхніх родин і країни. Багато компаній створили благодійні фонди, щоб допомогти співробітникам та їхнім родинам, які постраждали від війни або були змушені покинути країну, але продовжують працювати віддалено. Масштабні та важливі соціальні заходи, в яких беруть участь співробітники компанії, дають їм відчуття причетності, внесення вагомого внеску в майбутню перемогу. Тому важливо заохочувати команди брати участь у ініціативах з КСВ.

#### **Інформаційні джерела:**

1. Arild Aspelund, Lise Fjell, Silje Erdal Rødland. Doing Good and Doing Well? International Entrepreneurship and Social Responsibility. *International Journal of Entrepreneurship*. Volume 21, Issue 2. 2017. P. 13-32. URL: <https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/handle/11250/2493976>

2. Євтушенко, Г. В., Тимохова, Г. Б., & Куриленко, О. Є. (. Аналіз форм реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу в умовах бойових дій в Україні. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна серія «Економічна»*, 2022. Вип. 103, С. 91-96