

**Решміділова С.Л.,**  
*к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу*  
**Алейник П.А.,**  
*аспірант кафедри маркетингу*  
*Хмельницький національний університет*

## **КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Корпоративна соціальна відповідальність в умовах трансформаційних процесів розглядається як соціально сформований стратегічний напрям розвитку підприємства, який сприяє досягненню економічного, соціального та екологічного ефектів з урахуванням чинників макросередовища.

Питання корпоративної соціальної відповідальності та стратегії розвитку підприємства почали розглядатись з початку 90-х років ХХ ст., коли почалось активне впровадження у програми розвитку елементів соціальної відповідальності. Ці елементи стосувались етичних, моральних, екологічних питань, взаємовідносини із трудовим колективом, впливу діяльності підприємства на навколишнє середовище.

В умовах сучасних трансформацій соціально-економічні процеси мають нестійкий характер, зростають і посилюються різного виду ризики. Досвід міжнародних компаній свідчить, що впровадження соціальної корпоративної відповідальності сприяє забезпеченню конкурентних переваг на ринку. Ті підприємства, які дбають не лише про фінансові прибутки, але й турбуються про суспільство та навколишнє середовище, діють відповідно до задекларованої місії, мають кращу ділову репутацію та довіру суспільства. Реалізація заходів для формування соціально відповідального бізнесу вітчизняними підприємствами є надзвичайно актуальним завданням для виходу на міжнародні ринки.

Для забезпечення довгострокового ефекту підприємствам необхідно впроваджувати концепцію соціальної корпоративної відповідальності у стратегії розвитку промислових підприємств. Запровадження регулярної звітності зі сталого розвитку у розрізі ESG-показників позитивно впливатиме на ділову репутацію вітчизняних підприємств та підвищить їх конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

Соціальна корпоративна відповідальність бізнесу сприяє

формуванню позитивного іміджу, завоюванню довіри та підвищенню конкурентоспроможності підприємств.

Згідно міжнародного стандарту ISO 26000 «Керівництво із соціальної відповідальності» корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальність організації за сприяння сталому розвитку, включаючи здоров'я та благополуччя суспільства, вплив його рішень і діяльності на суспільство та навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку [1]. Цей стандарт з соціальної відповідальності щодо принципів і основних питань соціальної відповідальності, а також способів інтеграції соціально відповідальної поведінки в стратегії, практиці та процесах діяльності організації.

Тенденції розвитку суспільства потребують відповідних змін у стратегії промислових підприємств. Сучасні споживачі все більше усвідомлюють такі гострі соціальні питання, як нерівність доходів населення, диспропорції в охороні здоров'я, несправедлива практика праці та гендерна нерівність. Тому вітчизняні підприємства мають збалансувати цю мету з отримання прибутку з іншими пріоритетами, такими як ініціативи із соціальної відповідальності.

Окремі аспекти соціальної відповідальності, орієнтовані на інвесторів, відображаються у Принципах відповідального інвестування (PRI), які спрямовані на аналіз інвестиційних наслідків екологічних, соціальних та управлінських факторів (ESG), а також підтримку міжнародної мережі інвесторів-підписантів щодо врахування ESG факторів у процесах прийняття інвестиційних рішень та управління активами [2].

Міжнародні стандарти соціальної корпоративної відповідальності уніфікують підходи до оцінки соціальної відповідальності бізнесу на національному та міжнародному рівнях. Проте вони розробляються міжнародними організаціями, що не передбачає їхнього закріплення на законодавчому рівні конкретної держави. Тому прийняття положень цих стандартів є добровільною ініціативою. Існують певні складнощі при реалізації положень міжнародних стандартів соціальної відповідальності бізнесу підприємствами України.

Положення міжнародних стандартів соціальної відповідальності на національному рівні мають бути відображеними у прийнятті нормативно-правових актів, згідно яких кожне підприємство формуватиме власні підходи до соціальної

відповідальності бізнесу. Розробка власних внутрішніх, нормативних документів є необхідною умовою адаптації положень міжнародних стандартів соціальної відповідальності.

Існуючі види соціальної відповідальності можуть набувати різних форм. Так, етична трудова практика для постачальників означає, що компанії забезпечать використання продуктів, сертифікованих як відповідні стандартам чесної торгівлі.

Забезпечення справедливої трудової практики для працівників означає усунення дискримінації за статтю, расою чи релігією, забезпечення однакової оплати за однакову працю, вищу компенсацію прожиткового мінімуму.

Філантропічна відповідальність означає допомогу бідним, по жертвування компаній благодійним організаціям, інвестиції в освіту, медицину, розвиток різних галузей тощо. Економічна відповідальність підтримує баланс між бізнесом, екологією та благодійністю. Виявляється вона у співпраці з постачальниками, які використовують екологічно чисті матеріали, або у разі, коли компанія веде справедливую політику в оплаті праці.

Соціальні ініціативи, такі як: підтримка благодійних організацій, екологічні проекти та програми соціальної підтримки, покращують репутацію підприємства та зміцнюють його позиції на ринку. Це, в свою чергу, сприяє формуванню позитивного іміджу підприємства.

Коли підприємство виявляє соціальну відповідальність, співробітники відчують гордість за своє місце роботи і стають більш лояльними. Соціально відповідальні ініціативи сприяють формуванню позитивної та інклюзивної корпоративної культури, де співробітники відчують себе частиною чогось більшого.

Співробітники можуть бути залучені до створення контенту через соціальні мережі та корпоративні медіаканали, що висвітлює соціальну відповідальність підприємства, що підвищує їхню залученість та мотивацію.

Заходи, які дозволять корпоративній соціальній відповідальності стати стратегічним напрямком:

- інтеграція з бізнес-цілями (корпоративна соціальна відповідальність стає частиною загальної стратегії, допомагаючи підприємствам досягати своїх фінансових та інших цілей через соціальні та екологічні ініціативи);
- покращення репутації та довіри (відповідальне ставлення до суспільства та довкілля формує позитивний імідж підприємства,

що підвищує його довіру серед споживачів, партнерів та інвесторів);

- залучення та утримання кадрів (підприємства з сильною соціальною відповідальністю частіше приваблюють та утримують талановитих співробітників, які прагнуть працювати в організаціях, що поділяють їхні цінності);

- інновації та ефективність (впровадження корпоративної соціальної відповідальності часто стимулює інновації, наприклад, у сфері енергозбереження чи створення більш безпечних продуктів, що в довгостроковій перспективі може підвищити ефективність);

- управління ризиками (дотримання соціальних та екологічних стандартів допомагає підприємствам уникати репутаційних, правових та фінансових ризиків, пов'язаних із порушенням законодавства або невдоволенням суспільства);

- стале зростання (корпоративна соціальна відповідальність є ключовим фактором сталого розвитку, оскільки допомагає будувати довгострокові, стійкі відносини з усіма зацікавленими сторонами та забезпечувати безперервне функціонування бізнесу).

Директива про звітність із питань сталого розвитку (CSRD) охоплює ширший спектр тем, ніж попередні підходи до звітності зі сталого розвитку. Вона стосується таких соціальних аспектів, як ставлення до працівників у межах організації, принципи інклюзивності, рівності та справедливості, управління ланцюгом створення вартості [3].

Звітність про соціальну відповідальність є важливим інструментом для моніторингу, стимулювання досягнення цілей сталого розвитку, поліпшує взаємодію між бізнесом, урядами та громадськістю. З огляду на залучення України до глобалізаційних та інтеграційних міжнародних процесів, необхідно активізувати впровадження її принципів в розвитку соціально-економічних та екологічних систем з метою створення позитивного іміджу вітчизняних підприємств на міжнародних ринках. Діяльність підприємств у напрямі соціальної відповідальності сприятиме стабільному розвитку сучасних соціально-економічних та екологічних систем, реалізації концепції сталого розвитку. Це, у свою чергу, дасть змогу збалансувати економічний, соціальний та екологічний напрями розвитку та досягти органічного їх поєднання у діяльності підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. ISO 26000:2010. Guidance on social responsibility. URL: <https://www.iso.org/standard/42546.html>

2. Варламова М. Л., Саркісян Л. Г. Корпоративна соціальна відповідальність як рушій сталого розвитку в ЄС. Бізнес Інформ. 2024. №12. С. 42–48. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-12-42-48>

3. Директива ЄС про корпоративну звітність зі сталого розвитку (CSRD). Як нова Директива трансформує ландшафт звітності ESG та як бізнесу виконати нові вимоги. URL: <https://kpmg.com/ua/uk/home/insights/2023/03/get-ready-for-a-newlevel-of-esg-reporting.html>

**Свердлюк Д. С.,**

*Студентка 3 курсу спеціальності «Менеджмент»*

**Піхняк Т. А.,**

*доцент, к. е. н., доцент кафедри менеджменту, фінансів,  
банківської справи та страхування  
Хмельницького університету управління та права імені  
Леоніда Юзькова*

## **ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ ДЛЯ АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Застосування економіко-математичних методів у аналізі діяльності підприємства ґрунтується на ідеї формалізації управлінських проблем у вигляді задач оптимізації, моделювання та статистичного оцінювання. Центральна мета такого підходу – перетворити якісні управлінські питання (вибір стратегії, розподіл ресурсів, оцінка ефективності підрозділів) у кількісні моделі, що надають оцінку альтернативам за заданими критеріями та обмеженнями. Завдяки використанню економіко-математичних методів у аналізі діяльності підприємства можна підвищити прозорість прийняття рішень і провести аналіз результатів щодо змін вихідних параметрів. В умовах сучасного мінливого ринку та внутрішніх обмежень підприємства це є неабиякою перевагою для підвищення його конкурентоспроможності.

Процес економіко-математичного моделювання може відбуватись у чотири етапи:

1. Аналіз теоретичних суджень та емпіричних даних про виробничо-господарську діяльність підприємства та формування