

розвитку суспільства. Головним завданням, у контексті викладеного, стає подолання недостатньої обізнаності щодо його природи. Посадовці мають бути залучені до соціального підприємництва як ресурсу для досягнення державного завдання – подолання бідності, безробіття, соціальних проблем в Україні.

Використана література:

1. Арапетян А. Соціально-відповідальний бізнес: переваги та обмеження / А. Арапетян, О. Архипчик, Л. Пан // Практика Управління. – 2008. – № 7. – С. 12 – 18.
2. Смаль В., Кокоть В. Посібник «Що слід знати про соціальне підприємництво» Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст», 2017.
3. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. – К:ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017 – 188 с.

Герасименко О., к.е.н., доц.
ЛНУ імені Івана Франка,
Львів, Україна

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В ПРОЦЕСІ СТВОРЕННЯ СПІЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ

Вступ. На сьогоднішній день стає зрозумілим, що необхідно будувати спільну платформу для діалогу між органами державної влади та суб'єктами господарювання за схемою «уряд – бізнес – громадське суспільство», де одним із ключових елементів є соціальна відповідальність. Тобто досягти цілей сталого розвитку з одночасним збереженням спільних цінностей можна лише за умови поєднання державного регулювання і соціально відповідальних корпоративних стратегій функціонування бізнесу, а ще побудови ефективної моделі їх взаємодії.

Основна частина. З вищезгаданого випливає необхідність розгляду поняття «корпоративна соціальна відповідальність». Одним із найбільш влучних визначень даного поняття є наступне: «Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це концепція, відповідно до якої організації враховують інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив їх діяльності на замовників, постачальників, працівників, акціонерів, місцеві спільноти та інші зацікавлені сторони суспільної сфери». Поява концепції корпоративної соціальної відповідальності змінила пріоритети західного підприємницького світу щодо визначення цілей та місії бізнесу. Це стимулювало підприємства брати на себе зобов'язання з реалізації значущих внутрішніх і зовнішніх соціальних програм, результати яких сприяють розвитку підприємства, поліпшенню його іміджу як соціально відповідального суб'єкта, а також покращенню якості життя суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах [1].

Тобто дана стратегія виходить за рамки, встановлених законом і припускає, що організації добровільно здійснюють додаткові заходи для підвищення якості життя працівників та їх сімей, а також суспільства в цілому.

Фундаментом для реалізації даної моделі стала концепція соціальної відповідальності (corporate social responsibility) або ж корпоративної стійкості.

За версією агентства Cone Communications найважливішими трендами КСВ у сучасному світі є: активне висловлення позиції з питань соціальної несправедливості; створення цінностей через закриті виробничі цикли — мається на увазі вторинна переробка; сміливі ходи для висвітлення проблем; сприяння відкритому діалогу з контроверсійних питань; співпраця з іншими компаніями, навіть конкурентами, для вирішення проблем; здатність компаній дослухатися до думки активістів та громадських організацій; галузева співпраця для подолання спільних проблем; перехід від проектів «раз на рік» до тривалої підтримки важливих справ; створення рівних можливостей для жінок, що стає все більш актуальною темою для компаній; використання компаніями своїх компетенцій для допомоги при стихійних лихах [2].

У контексті сталого розвитку корпоративна соціальна відповідальність характеризується як модель управління корпорацією, що містить три аспекти її діяльності: економічний, соціальний та екологічний. А також враховує очікування зацікавлених сторін, відповідає чинному законодавству й узгоджується з міжнародними нормами права, інтегрована в діяльність усієї організації і застосовується в її взаємозв'язках із зовнішніми агентами [3].

У сучасному світі під сталим розвитком розуміють таку модель соціально-економічного розвитку, яка сприятиме збереженню спільних цінностей, задоволенню життєвих потреб нинішнього покоління, дасть можливість передбачити та уникнути вичерпання природних ресурсів і деградації навколишнього природного середовища для того, щоб забезпечити високу якість життя майбутніх поколінь [4].

Ключовою ідеєю сталого розвитку є пошук такого співвідношення між природокористуванням і соціально-економічним розвитком, яке б забезпечило ефективне використання природних ресурсів, підтримувало б екологічну безпеку суспільства та гарантувало б необхідну якість життя і добробуту населення .

Якщо ж розглянути дану стратегію з точки зору підприємства, то під сталим розвитком розуміють його здатність провадити економічну діяльність у кожен окремий момент часу під дією впливів зовнішнього середовища, які порушують нормальне функціонування підприємства [5, с. 85].

Автори концепції спільної цінності наголошують на тому, що компанії використовують програми КСВ на тимчасовій основі для підтримання свого іміджу і репутації в разі виникнення проблем, пов'язаних з діяльністю підприємства. Натомість стратегія створення спільної цінності є превентивною стратегією та важливою складовою бізнесу компанії.

Органи державної влади разом з бізнес-структурами у напрямку створення спільної цінності повинні зосередити свою увагу в першу чергу на таких сферах, як зайнятість населення, екологія та сільське господарство.

У сфері раціонального водокористування компанії повинні здійснювати свою діяльність за наступними напрямками: управління водними ресурсами – виконання дій індивідуального та/або колективного характеру, необхідних для

сталого управління загальними водними ресурсами; вода, санітарія та гігієна – поліпшення доступу до безпечної води та санітарії, а також відповідне забезпечення особистої гігієни на всіх етапах ланцюжка постачання.

У сфері розвитку довкілля перед підприємствами постають наступні завдання: управління природними ресурсами – виявлення та збереження природних ресурсів і послуг екосистеми; зміна клімату – зменшення викидів парникових газів і сприяння пом'якшенню негативних наслідків зміни клімату та адаптація до них.

Важливу роль діяльність компаній відіграє у сфері раціонального харчування та здорового способу життя: продовольча безпека – сприяти наявності безпечної та поживної їжі у достатній кількості та доступу до неї; надлишкове та недостатнє харчування – підтримка оптимального харчування, допомога у вирішенні проблем, пов'язаних із надлишковим харчуванням, недостатнім харчуванням, дефіцитом мікроелементів, надмірною вагою та ожирінням, а також неінфекційними захворюваннями завдяки трансформації портфеля, розробки й оновлення продуктів і послуг, а також товарів із популярним позиціонуванням; безпека харчових продуктів – забезпечення високоякісних продуктів і запобігання ризикам для здоров'я, пов'язаних із використанням, споживанням, обробкою, підготовкою і зберіганням на всіх етапах; відповідальний маркетинг – маркетинг формує споживчу поведінку для сприяння здоровому вибору та поліпшення екологічних результатів прийнятними для споживчої аудиторії способами.

У напрямку розвитку села та відповідального постачання заслуговують уваги наступні питання: розвиток сільських районів і боротьба з бідністю – пряме і непряме стимулювання економічної діяльності та покращення умов життя сільськогосподарських працівників у ланцюжку постачання з метою сприяння сталому розвитку сільськогосподарських громад і скорочення масштабів бідності; відповідальне постачання – забезпечення того, щоб ключові інгредієнти були вирощені й оброблені якісно, а їхнє походження можна було відстежити; турбота про тварин – забезпечення благополуччя тварин у ланцюжку постачання та сприяння здоров'ю та добробуту сільськогосподарських тварин; розширення можливостей жінок – розширення прав і можливостей жінок для всебічної участі в житті суспільства й економіці на всіх етапах виробничо-збутового ланцюжка; ефективність ресурсів, (харчові) відходи та економіка замкнутого циклу – Зменшення прямого та непрямого використання ресурсів, скорочення відходів та оптимізація можливостей для утилізації, повторного використання або рециркуляції побічних продуктів і належного видалення відходів.

У сфері зайнятості населення пріоритетними для провідних компаній є наступні завдання: справедлива зайнятість і працевлаштування молоді – розвиток людського капіталу, зокрема підтримання позитивних відносин із співробітниками, сприяння позитивним умовам праці та зайнятості молоді; безпека та здоров'я співробітників – орієнтація на нульовий рівень нещасних випадків на робочому місці, сприяння безпечній і здоровій поведінці співробітників, а також допомога співробітникам ухвалювати обґрунтовані рішення для досягнення та підтримки здорового способу життя; права людини –

повага прав людини у діяльності компанії, операціях і ланцюжках постачання; ділова етика – підтримка етичних принципів у бізнесі та на робочому місці.

Висновки та пропозиції. Отже, для збереження спільних цінностей держави, бізнесу та суспільства важливу роль відіграє як державне регулювання діяльності підприємств, так і соціальна відповідальність підприємницьких структур, яка забезпечує ефективну реалізацію економічних, соціальних та екологічних важелів забезпечення розвитку підприємств. Окрім того, соціальна відповідальність підприємств потребує належного інвестиційного, організаційного та інституціонального забезпечення. Створення спільних цінностей – альтернативний погляд на практику підвищення фінансової ефективності корпорацій, який поєднує отримання прибутку із задоволенням суспільних потреб. Створення спільних цінностей не вирішує всі соціальні проблеми, але дає можливість компаніям на основі своїх професійних навичок і вмінь стати лідерами соціального прогресу. Зазначимо, що на даний час органи державної влади разом з бізнес-структурами у напрямку створення спільних цінностей повинні зосередити свою увагу, першу за все, на таких сферах як зайнятість населення, екологія та сільське господарство.

Використана література:

1. Свинчук А.А., Корнецький А.О. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. К: ТОВ «Підприємство «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 С.
2. Журнал. Екологія підприємства. Про корпоративну соціальну відповідальність. №9. 2017. URL: <http://ecolog-ua.com/articles/korporatyvna-socialna-vidpovidalnist-ce-ne-lyshe-vydatky-y-koryst>.
3. Курицько Р. Про соціальну відповідальність бізнесу. 2014. URL: <http://csrjournal.com/839-что-takoe-sob-что-takoesocialnaja>.
4. Телешевська С.М. Про сталий розвиток та його складові. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/11419/1/Teleshevskaja.pdf>.
5. Квятковська Л. А. Реалізація принципів концепції сталого розвитку в діяльності підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. Вип. 1. С. 85–89. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vsed_2013_1_14.pdf.

Громко Л., к.е.н, доц.
СНУ ім. Лесі Українки
м. Луцьк, Україна

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК ЗРОСТАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з найважливіших умов ефективного функціонування сучасних підприємств є пошук результативних методів управління персоналом. Формування корпоративної культури є одним з ключових інструментів управлінського впливу на персонал. В умовах сьогодення в Україні корпоративній культурі не надається належної уваги з боку керівників підприємств. Проблемою в сучасних умовах залишається недостатня кількість фахівців з питань