

Отже, необхідність видатків місцевих бюджетів на соціальний захист та соціальне забезпечення полягає у необхідності:

- підтримки ефективного та стабільного функціонування країни;
- перерозподілу доходів у суспільстві на користь найбільш вразливих членів спільноти, що дозволяє попередити соціальну напруженість через майнову та соціальну нерівність;
- управління соціальними ризиками.

Роль органів місцевого самоврядування у вирішенні питань щодо соціального захисту значно зросла, що спричинено безпосереднім зв'язком з населенням, необхідністю врахування територіальних проблем та можливістю оперативного проведення необхідних змін. Ефективне здійснення видатків на соціальний захист та соціальне забезпечення на місцевому рівні забезпечить стабільне функціонування держави загалом та щасливе існування суспільства у майбутньому.

Література

1. Михайловська І.М., Неліпович О.В. Система соціального захисту населення в Україні: сутність, основні складові та напрямки вдосконалення: *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 6. С. 255–264.
2. Лободіна З.М. Бюджетне фінансування соціального захисту в Україні. *Вісник ТНЕУ*. 2014. № 3. С. 7–19.
3. Атаманюк Р.Ф., Климчук І.Г., Козік О.М. Стан соціального захисту населення в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017. № 3. С. 50–58.
4. Шайхатдинов В.Ш. Право социального обеспечения: навч. посіб.: Юрайт. 2012. С. 25.
5. Аралов В.А., Левшин А. В. Социальное обеспечение в СССР. Москва: Госполитиздат, 1959. 314 с.
6. Гусов К.Н. Право социального обеспечения: навч. посіб.: Київ: «Проспект», 1999. 210 с.
7. Василик О. Д., Павлюк К. В. Державні фінанси України: підручник. Київ: Центр навч. літ., 2003. 608 с.

Дячун Павло Володимирович

ст. гр. МЕВМАМ-11, ТНЕУ

Науковий керівник – к.е.н., доцент Братко О. С.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ФАКТОР ЗМІЦНЕННЯ БРЕНДУ

Актуальність теми полягає у тому, що як великі транснаціональні компанії, так і невеликі організації у всьому світі змінюють своє бачення

функціонування та формулюють нові стратегії, які дозволили б їм краще реагувати на потреби не лише споживачів, партнерів, суспільства, а й навколишнього середовища. Однією з складових успішної стратегії, що зміцнює бренд компанії, приваблює клієнтів та утримує найкращих працівників стають саме принципи соціальної відповідальності [1].

Основоположне обґрунтування сутності соціальної відповідальності бізнесу було зроблено у працях П. Друкера, Ф. Котлера, М. Портера, Г. Прингла, М. Томпсона, М. Фрідмана, а серед вітчизняних науковців, які вивчали дане питання, були А. Кретова, С. Мельник, Г. Осовська, О. Федорова.

Соціальна відповідальність бізнесу виникла у вигляді окремого напрямку в 70-80 роках ХХ століття в західних країнах. Раніше реалізація методів і принципів корпоративної соціальної відповідальності проводилася нечасто, ця діяльність не була інституціалізована, а була швидше проявом активності окремих представників бізнесу та наукової спільноти. Сьогодні все більша кількість компаній дотримуються принципів соціальної відповідальності. Одна з основних переваг – зміцнення позицій бренду[2].

Дослідження показали, що для 70% європейських споживачів соціальна відповідальність компанії впливає на вибір торгової марки при купівлі товару. Пята частина європейців готова платити більше за товари, які, наприклад, вироблені з мінімальною шкодою для природи

Результати дослідження Reputation Institute показали, що лідером у рейтингу соціально відповідальних компаній стала компанія Google, витіснивши Microsoft, який очолював даний рейтинг декілька років. До десятки компаній з найкращою репутацією в сфері корпоративної соціальної відповідальності також увійшли Volkswagen, BMW, Apple, Lego, WaltDisney, IntelandRolex (tie) та Daimler [3].

Прикладом соціальної відповідальності є діяльність «McDonald's», зокрема, їх соціально орієнтовані програми та благодійні акції. За час роботи компанії в Україні були організовані та підтримані різноманітні соціальні програми благодійного, спортивного та мистецького спрямування. «McDonald's» проводить акції для придбання медичного обладнання різних профілів для українських лікарень.

Компанія також займається екологічною діяльністю, зокрема працює над такими проектами, як переробка ламп та картонних відходів, використання пакетів, які розкладаються, гарантуючи безпеку для споживачів та довкілля[4].

Отже, корпоративна соціальна відповідальність - це концепція, відповідно до якої організації враховують інтереси суспільства та беруть на себе відповідальність за вплив їх діяльності на замовників, постачальників, працівників, акціонерів, місцеві спільноти та інші

зацікавлені сторони суспільної сфери. Це зобов'язання виходить за рамки встановленого законом зобов'язання дотримуватися законодавства і передбачає, що організації добровільно приймають додаткові заходи для підвищення якості життя працівників та їх сімей, а також місцевої громади та суспільства в цілому[5]. Базуючись на результатах досліджень нами було визначено основні переваги соціальної відповідальності для бізнесу:

1. Репутація
2. Гарні партнерські відносини
3. Підвищення лояльності персоналу
4. Економія ресурсів
5. Залучення інвестицій і вихід на міжнародні ринки
6. Підвищення ефективності управління та мінімізації нефінансових ризиків.

Застосування заходів з корпоративної соціальної відповідальності впливає на імідж компанії, зміцнення її позицій на ринку, обсяги нематеріальних активів, мотивування співробітників, оптимізацію операційних процесів та зменшення витрат, лояльність працівників, споживачів та інвесторів тощо. Це, в свою чергу, підвищує конкурентоспроможність бренду компанії та зміцнює її конкурентну позицію.

Література:

1. Corporate Social Opportunity: Seven Steps to Make Corporate Social Responsibility work for Your Business. David Grayson & Adrian Hodges. 115.
2. Благов Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции: *Высш. шк. менеджмента СПбГУ*. – 2-е изд. – СПб: Высш. шк. менеджмента, 2011.
3. Ackerman R. W. How companies respond to social demands: *Harvard Business Review*. Vol. 51 (4). P. 88–89.
4. Фундація Дім Рональда МакДональда в Україні. URL: <http://rmhc.org.ua/>
5. КСВ – Корпоративна соціальна відповідальність || CSR – Corporate Social Responsibility. URL: [http:// https://www.srm-ukraine.org/ksv-korporativna-socialna-vidpovidalnist-ll-csr-corporate-social-responsibility/](http://https://www.srm-ukraine.org/ksv-korporativna-socialna-vidpovidalnist-ll-csr-corporate-social-responsibility/)