

МАТЕРІАЛИ VIII МІЖНАРОДНОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКОВОЇ **КОНФЕРЕНЦІЇ**

МОДЕРНІЗАЦІЯ ТА
СУЧАСНІ УКРАЇНСЬКІ
І СВІТОВІ НАУКОВІ
ДОСЛІДЖЕННЯ



М. ЛУЦЬК, УКРАЇНА

**24 СІЧНЯ
2025 РІК**



СЕКЦІЯ 6.

СОЦІАЛЬНА РОБОТА ТА СОЦІАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Ашаров Віталій, здобувач вищої освіти

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ЗУНУ, Україна

Новацький Мар'ян, здобувач вищої освіти

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ЗУНУ, Україна

Науковий керівник: Сисоєва Інна Миколаївна, д-р. екон. наук, професорка,
професорка кафедри економіки, обліку та оподаткування

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ЗУНУ, Україна

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: КЛЮЧ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) набуває особливої актуальності в умовах сучасних глобальних викликів, таких як зміна клімату, соціальна нерівність, економічна нестабільність та екологічна деградація. У світі, де бізнес відіграє ключову роль у формуванні суспільного добробуту, інтеграція принципів СВБ у стратегії підприємств стає необхідністю [1-3]. Компанії, які беруть на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на суспільство та навколишнє середовище, не лише сприяють сталому розвитку, але й забезпечують собі довгострокові конкурентні переваги. Інвестування у соціальні ініціативи, екологічні програми та підтримку місцевих громад дозволяє бізнесу зміцнити свою репутацію, підвищити рівень довіри споживачів і залучити висококваліфіковані кадри. Таким чином, СВБ є не просто тенденцією, а важливим інструментом, що формує нову парадигму взаємодії бізнесу та суспільства, спрямовану на створення більш сталого і гармонійного світу [4-6].

Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) — це багатогранна концепція, що підкреслює роль бізнесу у створенні сталого майбутнього для суспільства, екології та економіки [7]. Вона передбачає не лише виконання юридичних і фінансових зобов'язань, але й добровільну участь у вирішенні важливих соціальних проблем. СВБ охоплює широкий спектр дій, таких як підтримка екологічних ініціатив, розвиток місцевих громад, забезпечення справедливих умов праці та інвестування у новітні технології [8].

У сучасних умовах це є ключовим інструментом для забезпечення довіри між бізнесом і суспільством, а також підвищення конкурентоспроможності компаній. Одним із головних аспектів СВБ є екологічна відповідальність. Компанії дедалі частіше впроваджують стратегії, спрямовані на збереження навколишнього середовища. Це включає скорочення викидів парникових газів, перехід на

відновлювані джерела енергії, застосування технологій повторного використання матеріалів та зменшення пластикових відходів [9-10]. Наприклад, низка компаній у світовому масштабі вже реалізувала програми з відновлення лісів, що сприяє балансуванню впливу виробничих процесів на екосистему. Такі ініціативи є вагомим внеском у боротьбу зі змінами клімату та сприяють формуванню екологічно свідомого суспільства.

Соціальна складова СВБ зосереджена на поліпшенні якості життя людей, залучених до діяльності компанії. Вона включає забезпечення справедливих умов праці, створення безпечного робочого середовища, розвиток талантів і сприяння рівним можливостям для всіх співробітників [11]. Наприклад, впровадження програм підвищення кваліфікації допомагає працівникам розвивати свої професійні навички, що позитивно впливає як на їхнє життя, так і на ефективність роботи компанії. Також багато компаній активно підтримують соціальні ініціативи, інвестуючи в освітні програми, медицину та інфраструктуру.

Економічна складова СВБ пов'язана з розвитком підприємництва, створенням нових робочих місць і підтримкою місцевих громад [12-13].

Компетентний підхід до впровадження економічної відповідальності сприяє розвитку локальної економіки через інвестиції у стартапи, мікрофінансування та розширення співпраці з малими підприємствами. Крім того, компанії, які діють відповідально, формують довгострокові відносини з партнерами, що забезпечує стабільність бізнесу навіть у періоди економічної нестабільності (Табл. 1)

Таблиця 1

Ініціативи у сфері соціальної відповідальності бізнесу

Складова СВБ	Приклад ініціативи	Очікуваний результат
Екологічна	Встановлення сонячних панелей	Зменшення вуглецевого сліду
Соціальна	Фінансування освітніх програм	Зростання рівня освіти населення
Економічна	Підтримка місцевих виробників	Розвиток місцевої економіки

Впровадження СВБ у стратегію компанії, попри її численні переваги, може супроводжуватися певними викликами. Серед них виділяють зростання витрат, необхідність адаптації внутрішніх процесів і перегляд бізнес-моделі [14]. Також виникає потреба у залученні фахівців, які мають знання та досвід у сфері сталого розвитку. Однак ці виклики можна подолати за допомогою стратегічного планування, інноваційних рішень та ефективної комунікації між усіма зацікавленими сторонами. СВБ є ключовим фактором сталого розвитку, що забезпечує довгострокові вигоди не лише для бізнесу, але й для суспільства в цілому. Завдяки реалізації ініціатив у сфері СВБ компанії можуть стати рушійною силою у створенні відповідального бізнес-середовища, сприяючи побудові гармонійного суспільства [15-17]. Такі дії формують нові стандарти поведінки для інших учасників ринку, підвищуючи рівень довіри та задоволеності серед споживачів. У підсумку, соціальна відповідальність бізнесу — це не просто тренд,

а необхідність для компаній, які прагнуть бути лідерами у своїй галузі та сприяти створенню кращого майбутнього для всіх [18].

Отже, соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) є одним із ключових факторів сталого розвитку сучасного суспільства та бізнес-середовища. Інтеграція принципів СВБ у стратегії компаній дозволяє не лише підвищити конкурентоспроможність і репутацію підприємств, але й сприяє вирішенню глобальних екологічних, соціальних та економічних викликів. Завдяки впровадженню екологічно відповідальних практик, інвестуванню у соціальні ініціативи та підтримці місцевих громад компанії забезпечують позитивний вплив на суспільство та навколишнє середовище. Попри виклики, пов'язані з додатковими витратами та адаптацією бізнес-процесів, успішна реалізація ініціатив СВБ дозволяє досягти довгострокових вигод, включаючи зміцнення партнерських відносин, залучення лояльних споживачів та підвищення мотивації працівників. Компанії, які приймають СВБ як невід'ємну частину своєї стратегії, формують нові стандарти ведення бізнесу та стають прикладом для інших. Таким чином, СВБ виступає не лише інструментом корпоративного управління, але й потужним драйвером змін, що формує відповідальне ставлення до суспільства і планети. Це є ключем до побудови гармонійного та сталого майбутнього, де бізнес стає активним учасником глобальних змін на краще.

Список використаних джерел:

1. Carroll, A. B., Shabana, K. M. The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice // *International Journal of Management Reviews*. 2010. Vol. 12, No. 1. P. 85-105.
2. Dahlsrud, A. How Corporate Social Responsibility is Defined: An Analysis of 37 Definitions // *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2008. Vol. 15, No. 1. P. 1-13.
3. Porter, M. E., Kramer, M. R. Creating Shared Value // *Harvard Business Review*. 2011. Vol. 89, No. 1/2. P. 62-77.
4. Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C. *Managing for Stakeholders: Survival, Reputation, and Success*. Yale University Press, 2007. 300 p.
5. World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). *Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*. Geneva: WBCSD, 2000. 24 p.
6. Visser, W. *The Age of Responsibility: CSR 2.0 and the New DNA of Business*. Wiley, 2011. 320 p.
7. Сисоєва І.М. Особливості моделювання облікових процесів. *Ефективна економіка*. – К., 2010. – Випуск №10. – С.45-51.
8. Сисоєва І.М. Облікова політика як складова інформаційних ресурсів підприємства: матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Створення інтелектуальної системи обліку для економіки України» (Тернопіль, 21-22 листопада 2007 року). Тернопіль, 2007. С. 368-372.
9. Сисоєва І. М. Облікова політика у формуванні інформації для управління в кондитерській промисловості України [Текст] : автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.09 / Сисоєва Інна Миколаївна; Терноп. нац. екон. ун-т. - Т., 2013. - 19 с.
10. Сисоєва І. М. Соціальний аудит як засіб оперативного менеджменту. Обліково-аналітичне забезпечення системи менеджменту підприємства: зб. матер. IV Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 23-24 жовт. 2019 р.). Львів: Вид-во «Львів. політехніки», 2019. С. 184-186.
11. Респер, М. В. Модель контролю обліково-аналітичного забезпечення менеджменту. *Вісник Волинського інституту економіки і менеджменту*. 2013. № 5. С. 162-170.
12. Прохорова, Ю. В. Контролінг – від теорії до реалізації на практиці: монографія / [кол. авт.: В. В. Прохорова, Л. С. Мартюшева, Н. Ю. Петрусевич, Ю. В. Прохорова]; Харківський національний економічний університет. Х.: ІНЖЕК, 2006.
13. Сисоєва, І.М. Фактори впливу на вибір облікової політики. *Інвестиції: практика та досвід*. – 2010. – Вип. 12. – С. 86-90.

14. Sysoieva I. Motivation of management staff as a guarantee of business success. *Revista română de statistică*. Romania. 2020. No. 11. P. 85–91. URL: <https://www.revistadestatistica.ro/supliment/2020/12/revista-romana-de-statistica-supliment-nr-11-2020>
15. Bowen, H. R. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Row, 1953. 276 c.
16. 16. Elkington, J. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing, 1997. 402 c.
17. 17. Crane, A., Matten, D., Spence, L. J. (Eds.) *Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in a Global Context*. 4th ed. London: Routledge, 2019. 580 c.
18. Smith, N. C. Corporate Social Responsibility: Whether or How? // *California Management Review*. 2003. Vol. 45, No. 4. P. 52–76.