

## **РОЛЬ МЕНЕДЖЕНТУ КОМПАНІЇ У РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

У сучасних умовах формування та реалізація соціальної політики здійснюється державою, але вирішення проблем соціального розвитку буде більш ефективним за умови включення у цей процес на основі принципів соціального партнерства і взаємної соціальної відповідальності бізнесових структур.

Для того, щоб бути по-справжньому сучасною компанією вже недостатньо постійно нарощувати прибуток, виплачувати заробітну плату працівникам і сплачувати податки. Компанії, які прагнуть зайняти міцні позиції на ринку, приходять до розуміння того, що декларовані наміри про соціальну відповідальність стають важливою управлінською категорією, що забезпечує високу ділову репутацію, ринкову привабливість, а також розширені можливості доступу до капіталу.

Як стверджують В. Г. Бульба, М. В. Третяк, менеджмент корпорації повинен ураховувати інтереси тих груп, на які компанія впливає у рамках своєї діяльності. Соціальна відповідальність у цьому випадку покликана врівноважувати внутрішні суто економічні цілі керівництва із соціальними, політичними та економічними інтересами стейкхолдерів. Таким чином, крім виконання вимог законодавства компанія повинна прагнути внести певний внесок у життя соціуму [1].

У сучасне поняття соціальної відповідальності менеджменту можуть входити: орієнтація фірми на реалізацію соціальних інтересів громадян; відшкодування суспільних витрат (наприклад, екологічних; на будівництво чи утримання інфраструктури тощо); збереження капіталу фірми як складової економіки країни. За таких підходів менеджмент забезпечує соціально-

економічний розвиток компанії, вкладаючи свій внесок у вирішення проблеми підвищення рівня і якості життя людей.

Для цього потрібно визначити основні принципи формування довгострокової стратегії діяльності підприємства у напрямі соціально відповідального бізнесу:

- високі стандарти якості товарів та послуг;
- виконання зобов'язань перед співробітниками, постачальниками, партнерами;
- задоволення потреб та інтересів усіх стейкхолдерів.

До головних переваг організаційного управління, заснованого на цих принципах можна віднести: краще розуміння потреб і очікувань суспільства; підвищення ефективності управління ризиками; поліпшення взаємовідносин із зацікавленими сторонами; поліпшення репутації організації в цілому.

Найбільш розповсюдженим для більшості підприємств є підхід, відповідно до якого послідовність етапів формування стратегії має наступний вигляд: визначення місії та цілей, аналіз внутрішніх можливостей, аналіз зовнішнього середовища, аналіз альтернатив та вибір стратегій, реалізація та оцінка вибраної стратегії. Кожен етап формування стратегії підприємства повинен бути узгодженим з принципами соціальної відповідальності, які покладені в основу базової концепції СВБ. Базова концепція СВБ підприємства представляє собою комплексну модель, яка має на меті задовольняти інтереси всіх учасників бізнес-процесу [2, с. 28].

Завдяки діяльності менеджменту повинні формуватися сприятливі умови для ефективного функціонування організації. Менеджер, зокрема, повинен прагнути до того, щоб компанія досягла оптимального рівня прибутку у довгостроковому періоді. Але прибуток не може бути отриманий до тих пір, поки не будуть відшкодовані витрати виробництва, у які входять і суспільні витрати. Тому ефективний менеджер повинен визначити ці витрати шляхом детального аналізу соціального балансу між організацією і суспільством.

Також менеджери повинні сприяти максимальному залученню співробітників у розробку стандартів соціальної відповідальності та діяльність із їх впровадження. Кожен суб'єкт господарювання, підкреслює О. Іваницька, використовує особливі способи виробництва та побудови соціально-виробничих відносин, зокрема ставлення до персоналу, дотримання екологічних норм, готовність до вирішення соціальних та інфраструктурних проблем на рівні суспільства чи громади. Отже, і суспільство ставиться до товаровиробника, його діяльності та продукції, що він виробляє і пропонує на ринку, відповідно до того, яким чином та на якому рівні він може вирішити завдання, що становлять інтерес для певних соціальних груп, центральної та місцевої влади. [3].

Таким чином, для реалізації політики соціальної відповідальності визначальну роль відіграє спланована та організована система внутрішнього менеджменту компанії, яка виступає основою для ефективної діяльності у цьому напрямку. Підприємства, які турбуються не лише про прибутки, але, усвідомлюючи свою суспільну роль, і про соціальний розвиток забезпечують позитивний внесок у вирішення соціальних проблем суспільства, беруть участь у різноманітних благодійних акціях і є спонсорами багатьох соціальних проектів.

### **Література:**

1. Бульба В. Г. Зарубіжний досвід державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу [Електронний ресурс] / В. Г. Бульба, М. В. Третяк // Теорія та практика державного управління. – 2013. – Вип. 3. – С. 343–350. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpu\\_2013\\_3\\_48](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpu_2013_3_48).

2. Комарова К. В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України / К. В. Комарова, Н. В. Ковальчук // // Інноваційна економіка. – 2016. – № 5–6. – С. 25–30.

3. Іваницька О. Глобальні стандарти соціальної відповідальності бізнесу [Електронний ресурс] / О. Іваницька // Незалежний аудитор. – 2015. – №5–6(40–41). – Режим доступу: [http://n-auditor.com.ua/uk/component/na\\_archive?view](http://n-auditor.com.ua/uk/component/na_archive?view).