

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ, ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Третяк Т.В. студентка

Сумський державний університет

У статті розглянуто сутність соціальної відповідальності з точки зору впливу цього фактора на конкурентоспроможність підприємства. Проведено аналіз низького розвитку такого явища в Україні та наведено конкретні позитивні наслідки при застосування її на наших підприємствах .

Соціальну відповідальність бізнесу (далі СВБ) - це відповідальність підприємств перед їхніми споживачами та суспільством. Вона демонструє активну соціальну позицію компанії, яка полягає у безпосередній причетності бізнесу та підприємств у вирішенні соціальних, екологічних та економічних проблем країни.

Соціальна поведінка – це можливість для корпорації реалізувати свої основні потреби у виживанні, безпеці та стабільності [1]. У наш час, навіть при такій позитивній користі соціальної відповідальності для підприємств, лише невелика частка бізнесу застосовує її у своїй діяльності. Існує ряд причин низького розвитку соціального підприємництва в нашій країні: страх відповідальності; відсутність системи заохочення компаній до подібних дій; непрозорість бізнесу; низький рівень підприємництва в країні; відчуття непричетності бізнесу до проблем країни та соціуму; загрози з юридичної точки зору.

Успіх певного бренду на ринку визначається кількістю його споживачів. У сучасному світі підприємства використовують усі можливі способи залучення клієнтів до свого бізнесу. Одним із них є СВБ. Основними заходами на які спрямована ця політика є [1]: розвиток трудового колективу; вирішення екологічних проблем (водне, повітряне забруднення, регулювання використання природних ресурсів); охорона здоров'я, значні внески у розвиток культури та спорту, підвищення рівня медицини та безпеки соціуму; вирішення проблем з безробіттям, безкоштовне навчання. Всі ці заходи є ключем до успіху компанії та підвищення його конкурентоспроможності. Існує ряд причинно-наслідкових зв'язків між СВБ та конкурентоспроможністю.

Соціальна відповідальність у складі підприємства сприяє: покращенню рівня бізнесу у країні та підвищує життєвий рівень населення; налагодженню взаємозв'язків підприємства з іншими компаніями, інвесторами; зменшенню виробничих витрат; покращення іміджу свого

бізнесу; підвищення обсягів доходу та швидкий ріст продаж; забезпечення лояльності споживачів та збільшення кількості клієнтів.

За дослідженнями, оцінка позитивного впливу СВБ на конкурентоспроможність сягає близько 83,3 % [2]. Соціальна відповідальність бізнесу сприяє не тільки підвищенню іміджу підприємства, але є інструментом виграшу у конкурентній боротьбі.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Лазоренко Л. В. СОЦ. ВІДПОВ. ЯК ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ БІЗНЕСУ / Л. В. Лазоренко. // Вісник Східноєвроп. університету економіки і менеджменту. – 2013. – С. 89–95.
2. Комарова К. В. СОЦ. ВІДПОВ. ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ. В. Комарова. // ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК НАЦ. ГОСП. – 2016. – С. 25–30.
3. Мороз О. С. Соціальна відповідальність бізнесу : / Олег Семенович Мороз. // Соціально-економ. проблеми розвитку промисловості. – 2013. – с. 143.

Матеріали надійшли 15 грудня 2017 р.