

## **ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ НА СТОСУНКИ З СПОЖИВАЧАМИ**

Соціальна відповідальність бізнесу є дуже важливою, оскільки вона відображає етичні цінності та соціальну свідомість компанії, що підвищує її репутацію і довіру серед споживачів. Коли компанія активно залучається до благодійних проєктів, екологічних ініціатив чи соціальних програм, це демонструє її готовність інвестувати в розвиток суспільства і турботу про навколишнє середовище. Такий підхід сприяє формуванню позитивного іміджу компанії, що є важливим фактором під час вибору бренду споживачами. В результаті, споживачі, які підтримують соціально відповідальні компанії, стають більш лояльними та готовими рекомендувати продукцію або послуги друзям і знайомим.

Вплив соціальної відповідальності на стосунки з споживачами також виражається в покращенні комунікації та підвищенні рівня довіри. Споживачі все більше цінують прозорість та етичні практики ведення бізнесу. Коли компанія відкрито повідомляє про свої соціальні та екологічні ініціативи, вона демонструє відповідальне ставлення до своїх обов'язків, що посилює довіру до бренду. Це, в свою чергу, сприяє зміцненню довгострокових відносин зі споживачами, які готові підтримувати та інвестувати в продукцію компанії, відчувачи, що їхні цінності збігаються з цінностями компанії.

На нашу думку, для успішної діяльності компаній необхідно включити соціальну відповідальність в їх стратегію, оскільки сучасні тенденції у свідомості суспільства вимагають відповідних змін у їхній діяльності. Потреби споживачів стосовно зміни клімату, боротьби з нерівністю доходів, поліпшення доступу до медичної допомоги, боротьби з несправедливими умовами праці та гендерної дискримінації набувають все більшої актуальності.

Як зазначають деякі науковці, «соціальна відповідальність бізнесу являє собою систему послідовних економічних, екологічних та соціальних заходів компанії, що реалізуються на основі постійної взаємодії із стейкхолдерами і спрямовані на зниження нефінансових ризиків, довгострокове покращення іміджу й забезпечення прибутковості та сталого розвитку компанії» [1, с. 148].

Д. С. Букреєва та К. В. Денисенко під соціальною відповідальністю розуміють «механізм допомоги суспільству та одночасно розвитку бізнесу» [2]. Основними принципами соціальної відповідальності бізнесу є турбота про довкілля, ефективність державної екологічної політики, економічна безпека компаній, податкова і фінансова свобода, а також рівень сприйняття корупції на всіх рівнях бізнесу, від внутрішніх процесів компанії до протидії корупційним схемам на державному рівні.

Розвиток будь-якої сучасної держави неможливий без соціального компоненту її економічної політики, основною метою якої є підвищення рівня та покращення якості життя. В умовах ринкової економіки одним із найважливіших пріоритетів для розвитку економіки України є стимулювання підприємництва. Водночас важливим трендом у розвитку бізнесу в усьому світі є впровадження принципів соціальної відповідальності [3, с. 79].

Втілюючи соціальні програми, бізнес, з одного боку, намагається реабілітуватися в очах суспільства, а з іншого – прагне покращити свій імідж, зміцнити репутацію брендів, підвищити конкурентоспроможність продукції та збільшити прибуток. Проте реалії економічного й політичного розвитку України призводять до того, що не всі підприємці в країні прагнуть позиціонувати себе як соціально орієнтовані та соціально відповідальні.

Серед ключових переваг компанії від запровадження соціальної відповідальності варто виокремити наступні:

- 1) підвищення лояльності та довіри до компанії зі сторони споживачів;
- 2) збільшення клієнтського попиту на товари та послуги компанії;
- 3) відповідність нормам і стандартам світового економічного співтовариства;
- 4) розвиток кадрового потенціалу у компанії та забезпечення лояльності персоналу до керівництва компанії;
- 5) формування безпечного середовища для діяльності та розвитку компанії шляхом реалізації власної корпоративної політики.

Таким чином, соціальна відповідальність бізнесу стає важливим елементом у формуванні стабільних і взаємовигідних стосунків між компанією та її споживачами.

### **Література**

1. Зварич Р., Гомотюк В., Рівіліс І., Дейнека Ю. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент міжнародного корпоративного менеджменту в умовах кризи. *Вісник економіки*. 2022. Вип. 2. С. 142-156.

2. Букреєва Д., Денисенко К. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1316> (дата звернення: 27.05.2024).

3. Каличева Н. Є., Ільєнков В. В., Діденко К. В., Вплив соціальної відповідальності на розвиток бізнесу в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 28. Ч. 1. С. 79-81.