

Очеретяна О. В.

асистентка кафедри економіки і підприємництва

Матвійчук О. Ю

КПІ ім. Ігоря Сікорського

ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПРИБУТКОВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Корпоративна соціальна відповідальність стала ключовою складовою стратегії для багатьох підприємств у сучасному бізнес-середовищі. Ця стратегія включає в себе відповідальність підприємства перед суспільством і навколишнім середовищем, окрім звичайної економічної діяльності.

У сучасному конкурентному ринку впровадження корпоративної соціальної відповідальності є невід'ємною частиною ефективного функціонування будь-якої компанії [1]. Основна мета КСВ — сприяти набуттю підприємством конкурентних позицій на ринку, закріпленню його позитивного іміджу, підвищенню лояльності споживачів і, як наслідок, економічному росту та збільшенню прибутку компанії [1].

На думку деяких підприємців здійснення КСВ може здаватися витратою ресурсів та часу без явних економічних вигід. Проте, дослідження та реальний досвід свідчать про те, що ця стратегія може мати значний позитивний вплив на прибутковість підприємства у довгостроковій перспективі.

По-перше, КСВ сприяє збереженню репутації компанії. Позитивна репутація приваблює більше клієнтів та інвесторів. Це може призвести до збільшення обсягів продажів та капіталу. Також задоволені споживачі та інвестори схильні бути лояльними та довіряти компанії, що допомагає зміцнити позиції на ринку. Звідси, підприємства, що здійснюють свою діяльність як і з економічної, так і з соціальної та екологічної точки зору, отримують значно більшу підтримку в усіх аспектах, ніж інші бізнес-одиниці [2].

По-друге, здійснення КСВ може знизити витрати підприємства. Наприклад, застосування екологічно чистіших технологій може зменшити витрати на енергію та ресурси, а покращення умов праці може знизити витрати на медичну допомогу та зменшити відсоток втрат від відсутності на роботі. Зменшення кількості непотрібних роздруківок є ще одним прикладом того, як захист навколишнього середовища та економія коштів можуть ідеально доповнювати одне одного [2].

По-третє, КСВ може залучити талановитих співробітників. Молоде покоління більше цінує підприємства, які прагнуть бути суспільно відповідальними. Такі компанії можуть привернути увагу висококваліфікованих працівників, що сприятиме розвитку бізнесу та підвищить продуктивність. Особливо в невеликих організаціях мотивація працівників є важливим фактором прихильності КСВ [2].

У підсумку, корпоративна соціальна відповідальність може впливати на прибутковість підприємства через збереження репутації, зниження витрат, залучення талантів та інші чинники. Хоча результати не завжди можна побачити негайно, ця стратегія сприяє стійкому та сталому розвитку компанії, що є ключовим фактором у сучасному бізнес-середовищі.

Перелік посилань:

1. Бичкова Н.В., Нанейшвілі М.Р. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на вартість компаній: міжнародний досвід. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». 2021. Вип. 36. С. 36-40.

2. Альтан Даянқач. Корпоративна соціальна відповідальність – підтверджується сертифікатом. *ТОВ «ДКС СЕРТИФІК УКРАЇНА»*. URL: <http://surl.li/ndbgb>.