**Що означає термін «соціальна відповідальність бізнесу» або «корпоративна соціальна відповідальність»?**

Концепція соціальної відповідальності в контексті бізнесу означає, що фірма/компанія функціонує для досягнення своїх фінансових цілей і крім цього допомагає суспільству. Ідея полягає в тому, що підприємства повинні поєднувати прибуткові види діяльності з діяльністю, що приносить користь суспільству.

Тобто, соціально-відповідальна компанія не повинна працювати виключно для максимізації прибутку, а має приймати рішення та виконувати дії, які є прийнятними з точки зору цілей і цінностей суспільства.

У свою чергу, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) — це концепція управління, в рамках якої компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми у свої бізнес-операції і взаємодіють зі своїми зацікавленими сторонами. У сьогоднішньому соціально свідомому середовищі співробітники й клієнти надають велике значення роботі та витрачають гроші на підприємства, які віддають пріоритет корпоративній соціальній відповідальності.

КСВ вимагає від кожного бізнесу поводитися етично та покращувати якість життя суспільства. Кожен бізнес повинен добровільно прийняти рішення — зробити свій внесок в краще суспільство і більш чисте довкілля або не робити цього. КСВ це концепція, яка встановлює вдалий баланс між економічними, екологічними, етичними і соціальними проблемами бізнесу.

Фактично, ці терміни позначають одну і ту ж концепцію ведення бізнесу. Але соціальна відповідальність бізнесу характеризує загальне розуміння цього процесу, а КСВ — безпосередньо механізм / модель управління бізнесом з метою

досягнення відповідних результатів.

**Які категорії передбачає соціальна відповідальність і що під ними має на увазі?**

Якщо розглядати широкий підхід до категорій, які характеризують соціальну відповідальність, можна їх умовно поділити на 6 основних:

**1. Навколишнє середовище**

Дана сфера включає екологічні аспекти виробництва, що охоплюють контроль забруднення при проведенні ділових операцій, запобігання або усунення шкоди навколишньому середовищу, що виникає в результаті перероблення та збереження природних ресурсів.

Якщо це масштабне виробництво — справа стосується альтернативних видів такого виробництва та утилізації відходів, а якщо невелика консалтингова або юридична фірма — мінімізації споживання паперу та його сортування.

**2.Енергія**

Ця сфера охоплює збереження енергії при веденні бізнесу і підвищення енергоефективності продукції компанії.

**3.Сумлінна ділова практика**

Дана сфера стосується відносин компанії зі спеціальними групами інтересів, зокрема це стосується зайнятості та поліпшення становища меншин, жінок, представників груп з обмеженими можливостями, а також співпраця з правозахисними організаціями.

**4. Людський ресурс**

Ця сфера стосується впливу організаційної діяльності на людей, які складають людські ресурси організації. Ці заходи охоплюють практику найму, навчальні програми, рівень заробітної плати, плани додаткових пільг і бонусів, політику просування, безпеку роботи, стабільність робочої сили, а також порядок звільнень.

**5. Участь спільноти**

Ця сфера включає громадські заходи, пов'язані зі здоров'ям, освітою і мистецтвом, а також іншими заходами, які допомагають розкрити потенціал працівників.

**6. Продукт**

Дана сфера стосується якісних аспектів продуктів, наприклад, їх корисності, довговічності, безпеки та зручності обслуговування, а також їх впливу на забруднення. Крім того, це включає в себе задоволеність клієнтів, правдивість в рекламі, повноту і чіткість маркування, а також відповідність праву інтелектуальної власності.

**Чому це важливо і для чого потрібно впроваджувати у світі та Україні?**

Все більше фактів свідчить про те, що корпоративна соціальна відповідальність є чинником підвищення прибутковості, іміджу компанії, зниження витрат, підвищення морального духу співробітників і лояльності клієнтів, а також інших переваг.

Для компаній, що працюють на багатонаціональній основі, участь спільноти може бути корисною для підтримки зусиль щодо виходу на нові ринки, залучення потенційних співробітників і створення або зміцнення репутації компанії, її бренду та продуктів.

Щоб проілюструвати, наскільки важливою стала соціальна відповідальність, дослідження Cone Communications показало, що

**60%**

американців сподіваються, що підприємства будуть стимулювати соціальні та екологічні зміни у державі

**90%**

опитаних споживачів заявили, що куплять продукт, тому що компанія підтримала проблему, яка їх хвилює

**75%**

відмовляться купувати у компанії, якщо дізнаються, що вона підтримує проблему, яка суперечить їх власним переконанням

**Плюси впровадження корпоративної соціальної відповідальності:**

* Компанії, відомі своєю корпоративною відповідальністю, можуть отримати перевагу в залученні інвесторів, ділових партнерів і нових співробітників, а також у встановленні переваг клієнтів;
* Багато програм компанії в співтоваристві можуть сприяти розвитку навичок співробітників. Волонтерство та інші форми участі співробітників допомагають розвивати різні компетенції, включаючи командну роботу, планування і реалізацію, комунікацію, управління проектами, навички слухання і орієнтацію на клієнта;
* Активна участь у громадській діяльності створює позитивну репутацію серед зацікавлених сторін в компанії.

У 2018 році Forbes назвав найкращі соціально відповідальні компанії світу. Перше місце в списку займає технологічний гігант «Google». Слідом за ними йдуть «The Walt Disney Company» і «Lego», які в березні 2018 року оголосили про початок виготовлення своїх вироби із заводських джерел.

Що стосується України, в топ компаній з корпоративною соціальною відповідальністю входить «WOG», яка реалізує проєкт «Дорога до серця» і забезпечує покупку устаткування в лікувальні заклади України, «D. TEK», яка допомагає в навчанні та підвищенні кваліфікації співробітників державних органів і установ України, а також «Київстар», яка проводить освітні мовні програми та надає своїм абонентам не тарифікований доступ до додатка Prometheus — платформи відкритих онлайн-курсів, яка пропонує безкоштовну добірку освітніх програм від кращих українських та закордонних викладачів.

Зі свого боку «Main Business Partner» проводить заходи корпоративної соціально відповідальності шляхом організації стажувань для студентів-юристів та залучаючи юристів-випускників до роботи з подальшим навчанням одразу після закінчення вишу.

Варто відзначити, що корпоративна соціальна відповідальність — це механізм допомоги суспільству та одночасно розвитку бізнесу. Кращі світові компанії використовують дану концепцію для того, щоб балансувати між прямим заробітком і розв'язанням соціальних проблем.

Так чому ж нам не стати краще і робити все для розвитку своєї компанії та суспільства?