

## **ВПРОВАДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В ПРОЦЕСИ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ**

*Величко Я.І.*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сучасні підходи до управління змінами в компаніях активно враховують значення соціальної відповідальності та етичних стандартів. Зростаюча глобалізація та зосередження на корпоративній етиці зумовлюють необхідність інтеграції цих аспектів в стратегії компаній. Розуміння та впровадження соціальної відповідальності допомагає компаніям не лише вибудовувати позитивний імідж, але й сприяє стійкому розвитку і вдосконаленню бізнес-процесів.

Соціальна відповідальність у корпоративному контексті означає зобов'язання компаній враховувати інтереси суспільства і навколишнього середовища, що є ключовим елементом сталого розвитку. Вона включає узгодження бізнес-операцій з довгостроковими цілями людства [1]. Інтеграція соціальної відповідальності в процеси управління змінами може значно покращити результати компанії, зменшуючи ризики і збільшуючи вигоди, оскільки такий підхід сприяє формуванню культури відповідальності і підзвітності, забезпечуючи, що зміни відбуваються на користь суспільства [2]. Така інтеграція також вирівнює розвиток організації з основними векторами економічного зростання, підсилюючи важливість відповідальної бізнес-практики. Довіра зацікавлених сторін і корпоративна репутація під час змін є критично важливими; прозора комунікація, етичне прийняття рішень і проактивне залучення до суспільних проблем можуть значно підвищити довіру і покращити репутацію компанії, роблячи її привабливою для інвесторів і потенційних співробітників, а також зміцнюючи конкурентну перевагу [3]. Віддаючи пріоритет соціальній відпо-

відальності, організації не лише зберігають свої стосунки з зацікавленими сторонами, але й зміцнюють свою позицію на ринку [4].

Реалізація соціальної відповідальності на етапі планування управління змінами вимагає стратегічного підходу, який узгоджується з головними цілями сталого розвитку. Важливо визнати, що соціальна відповідальність діє не лише як моральний імператив, а й як фактор, що сприяє сталому зростанню [1].

Таким чином, стратегії включення цього в управління змінами повинні зосереджуватися на: встановленні чітких цілей, які відображають як цілі організації, так і зобов'язання щодо соціальної відповідальності; інтеграції принципів соціальної відповідальності в процес прийняття рішень, щоб гарантувати, що всі зміни оцінюються через призму етичного та сталого впливу; залученні зацікавлених сторін на ранніх стадіях процесу планування для збору різноманітних точок зору та виховання культури інклюзивності та відповідальності. Ці стратегії підкреслюють важливість впровадження соціальної відповідальності в саму структуру процесів управління змінами організації, тим самим закладаючи міцну основу для стійкого та відповідального зростання.

Ефективна комунікація має вирішальне значення для відображення соціальної відповідальності перед працівниками та громадськістю під час ініціатив управління змінами. Це передбачає прозору передачу зобов'язань організації щодо соціальної відповідальності та того, як це зобов'язання формує процес змін. Основні практики включають: регулярне інформування зацікавлених сторін щодо прогресу ініціатив щодо змін і того, як вони узгоджуються з цілями соціальної відповідальності; використання різних каналів зв'язку для забезпечення доступу до повідомлень для всіх зацікавлених сторін, сприяючи тим самим інклю-

живності та прозорості; заохочення зворотного зв'язку та діалогу для створення відкритого середовища, де можна висловити проблеми та пропозиції щодо соціальної відповідальності. Такий підхід не тільки зміцнює прихильність організації до соціальної відповідальності, але й створює довіру та взаємодію серед працівників і громадськості, сприяючи позитивному сприйняттю та підтримці ініціатив щодо змін [5].

Вимірювання впливу соціально відповідального управління змінами на успіх організації є складним, але необхідним для демонстрації цінності та спрямування майбутніх зусиль. Ключові показники для оцінювання включають: рівень задоволеності зацікавлених сторін, який відображає здатність організації відповідати або перевершувати очікування соціальної відповідальності; покращення продуктивності в сферах, на які безпосередньо впливає соціально відповідальна практика, наприклад екологічна стійкість і залучення громади; довгострокові фінансові показники, оскільки соціально відповідальна практика часто призводить до покращення репутації, лояльності клієнтів та операційної ефективності. Систематично оцінюючи ці аспекти, організації можуть не тільки перевірити ефективність своїх соціально відповідальних стратегій управління змінами, але й визначити сфери для постійного вдосконалення, узгоджуючи політику постійного вдосконалення [1, 5]. Цей процес вимірювання стає невід'ємною частиною підтримки успіху організації через відповідальне управління змінами.

Отже, соціальна відповідальність не лише формує позитивний імідж компанії та сприяє стійкому розвитку, але й забезпечує значні стратегічні вигоди, зменшуючи ризики та підвищуючи загальну вигоду від змін. Через прозору комунікацію, етичне прийняття рішень, і активне залучення до суспільних проблем, компанії можуть зміцнити довіру та покращити свою корпоративну репутацію, що в кін-

цевому підсумку сприяє зростанню лояльності клієнтів та інвестиційної привабливості. Важливість соціальної відповідальності в управлінні змінами не можна недооцінювати, оскільки вона сприяє не тільки корпоративному успіху, але й загальному соціальному та екологічному благополуччю, ставлячи організації на шлях до сталого та етичного майбутнього.

*Перелік посилань:*

1. Мазуренко В.П., Засенко О.Ю. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі. *Ефективна економіка*. 2012. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1199> (дата звернення: 05.05.2024).

2. Біла І.В., Дубель М.В. Корпоративна соціальна відповідальність транснаціональних корпорацій. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса. Сер. Економічні науки*. 2022. Т. 2, № 14. С. 188-192. URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/12837> (дата звернення: 05.05.2024).

3. Даянқач А. Корпоративна соціальна відповідальність – підтверджується сертифікатом. *Інформаційний бюлетень DQS*. 2022. № 3. URL: <https://www.dqsglobal.com/uk-ua/navchajtesya/blog/korporativna-social%27na-vidpovidal%27nist%27-pidtverdzhuet%27sya-sertifikatom> (дата звернення: 05.05.2024).

4. Ситник Й.С., Юрченко Г.М. Актуалізація концепції корпоративної соціальної відповідальності в моделі економічного розвитку України. *Економіка та суспільство*. 2021. № 24. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/189/181/> (дата звернення: 05.05.2024).

5. Яценко В. Структурно-динамічний аналіз соціальної відповідальності закладів вищої освіти в контексті стратегічного управління. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2022. № 2. С. 22–29. URL: <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2022.2.2> (дата звернення: 05.05.2024).