

## **БІЗНЕС-КУЛЬТУРА ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Пантелєєв М.С., Запара В.Ю.**

*Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Сучасний стан розвитку економіки України сприяє розумінню того, що без посилення соціальної орієнтованості українських підприємств та підприємців, що сприятиме гармонізації відносин в організації і формуванню загальних принципів розвитку сучасної бізнес-культури, є неможливим покращення функціонування економіки України в цілому та вихід сучасних підприємств на міжнародні ринки збуту своєї продукції [1].

Як свідчить світова практика, успішні підприємства характеризуються високим рівнем організаційної культури. Бізнес-культура - це система цінностей та пріоритетів підприємця щодо поведінки його на ринку, взаємовідносин з членами трудового колективу, споживачами, постачальниками та з іншими суб'єктами господарювання [2].

Засобом узгодження інтересів бізнесу та суспільства в щоденній діяльності організації та основою її привабливого іміджу є формування організаційної культури на засадах концепції «Соціальної відповідальності бізнесу» (СВБ). Соціальна відповідальність бізнесу – це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають. Соціальна відповідальність – це концепція, що заохочує компанії враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив діяльності компанії на споживачів, стейкхолдерів, працівників, громади та довкілля в усіх аспектах своєї діяльності. Впровадження соціальної відповідальності бізнесу як перед суспільством в цілому, так і перед людьми, які працюють в організації – це елемент корпоративної культури. Практичний досвід свідчить, що підвищення рівня СВБ забезпечується за рахунок організаційних та структурних змін [3]. Соціальна спрямованість бізнесу буде більш ефективною та мати системний характер, якщо соціальна відповідальність бізнесу буде включена у стратегію управління підприємством.

### **Література:**

1. Бізнес-комунікації і бізнес-культура підприємництва у міжнародному туризмі / Н. М. Шматько [та ін.] // Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Сер. : Економічні науки = Bulletin of the National Technical University "KhPI". Ser. : Economic sciences : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – № 24 (1323). – С. 101-105.
2. Шматько Н. М. Бізнес-культура: основні елементи / Н. М. Шматько // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я = Information technologies: science, engineering, technology, education, health : наук. вид. : тези доп. 27-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2019, [15-17 травня 2019 р.] : у 4 ч. Ч. 3 / ред. Є. І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – С. 414..
3. Шматько Н. М. Забезпечення якості управління промисловим підприємством за рахунок організаційних змін / Н. М. Шматько // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Сер. : Економіка і управління. – 2020. – Т. 31 (70), № 2. – С. 66-71.