

ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ ЧЕРЕЗ МЕХАНІЗМИ СОЦІАЛЬНОГО ПРОЄКТУВАННЯ

М.С. Круглик¹, В.І. Ковшик²

¹ здобувачка кафедри менеджменту, НТУ «ХПІ», Харків, Україна

*² доцент кафедри менеджменту, канд. екон. наук, НТУ «ХПІ», Харків, Україна
valentin.kovshik@khpі.edu.ua*

Формування соціальної відповідальності організацій стає одним із ключових напрямів сучасного стратегічного управління, оскільки вплив бізнесу на соціальне середовище, екологічну стійкість і якість життя населення посилюється. Громадськість, державні інституції та міжнародні організації очікують від підприємств не лише економічних результатів, а й активної участі у вирішенні соціальних проблем. За цих умов соціальна відповідальність поступово трансформується зі сфери добровільних ініціатив у стратегічний інструмент зміцнення довіри, репутаційного капіталу, конкурентних переваг і довгострокової стійкості організації. Одним із найефективніших інструментів формування такої відповідальності є механізми соціального проєктування.

Соціальне проєктування розглядається як впорядкований процес розроблення та реалізації соціальних ініціатив, спрямованих на покращення умов життя, розвиток людського потенціалу та формування суспільних цінностей [1]. На відміну від розрізнених соціальних акцій, соціальні проєкти мають чітко сформульовані цілі, логіку впровадження, структуру ресурсів, план-графік виконання та механізми оцінювання ефективності. Цей інструмент дозволяє організації спрямовувати свої соціальні ініціативи більш системно, забезпечуючи прозорість процесів і результативність діяльності.

Формування соціальної відповідальності через соціальне проєктування починається з детального аналізу соціального контексту, у межах якого функціонує організація. Соціальна діагностика охоплює вивчення потреб територіальних громад, соціально вразливих груп, стану екологічної системи, локальних освітніх і культурних ініціатив, рівня розвитку соціальної інфраструктури. Метою такого аналізу є визначення тих сфер, де діяльність організації може принести найбільшу суспільну користь і водночас забезпечити синергію з її стратегічними цілями. Ґрунтова діагностика дозволяє уникнути формального підходу до соціальної відповідальності та сприяє розробленню релевантних, ефективних і реалістичних соціальних програм.

Після визначення пріоритетних напрямів соціальні ініціативи інтегруються у стратегічну систему управління організацією через формування портфеля соціальних проєктів. Такий портфель відображає місію, цінності та довгострокові цілі організації, а також відповідає принципам відповідального ведення бізнесу. Соціальні проєкти можуть включати підтримку освітніх програм, розвиток інклюзивного середовища, модернізацію медичної інфраструктури, екологічні ініціативи, сприяння зайнятості молоді, розвиток спорту й культури, підтримку інноваційної діяльності або соціального підприємництва. Наявність портфеля забезпечує системність дій, полегшує розподіл ресурсів і створює можливість комплексного оцінювання соціальної діяльності.

Значну роль у формуванні соціальної відповідальності відіграє участь стейкхолдерів. Соціальне проєктування передбачає включення різних груп (працівників, місцевих громад, освітніх закладів, соціальних організацій, органів влади та партнерських структур) до процесу розроблення й реалізації соціальних проєктів. Такий підхід забезпечує узгодження інтересів, підвищує рівень легітимності соціальних

програм і сприяє створенню розширеного соціального партнерства. Взаємодія зі стейкхолдерами формує атмосферу довіри, що є важливою умовою підвищення репутаційного капіталу організації.

Управління впровадженням соціальних проєктів передбачає застосування інструментів планування, координації та контролю. Ефективним є використання структурованих підходів до управління проєктами, які включають визначення цілей, етапів, часових рамок, ресурсного забезпечення, відповідальних осіб та очікуваних результатів. Організація також повинна розробляти системи моніторингу, що дають змогу оцінювати динаміку реалізації проєкту та коригувати його зміст відповідно до змін у соціальному середовищі чи внутрішніх потреб підприємства.

Важливим напрямом є формування внутрішньої соціально відповідальної культури [2]. Участь працівників у соціальних ініціативах підвищує їхню мотивацію, сприяє розвитку корпоративної ідентичності та зміцнює систему цінностей. Робота у соціальних проєктах створює середовище співпраці та командної взаємодії, що позитивно впливає на психологічний клімат у колективі. Розвиток соціально відповідальної культури формує модель поведінки, у якій працівники виявляють ініціативність, відповідальність і готовність долучатися до суспільно значущих проєктів.

Соціальне проєктування також стимулює інноваційний розвиток організації. Робота з соціальними проблемами часто потребує застосування нестандартних рішень, залучення нових технологій, міжсекторальної взаємодії та міждисциплінарних підходів. У результаті соціальні проєкти стають каталізатором інноваційної активності, сприяють розвитку управлінської креативності та підсилюють спроможність організації до адаптації у мінливому середовищі.

Оцінювання результатів соціального проєктування здійснюється через комплекс показників, що відображають соціальний, економічний та репутаційний ефект діяльності. Соціальний ефект визначається ступенем покращення умов життя цільових груп, рівнем задоволення їхніх потреб та зміною соціальної поведінки. Економічний ефект включає оптимізацію витрат, зменшення ризиків та підвищення ефективності використання ресурсів. Репутаційний ефект вимірюється зміцненням довіри стейкхолдерів, зростанням впізнаваності бренду та підвищенням привабливості компанії для інвесторів і партнерів.

Таким чином, формування соціальної відповідальності організацій через механізми соціального проєктування є цілісним, системним і стратегічно значущим процесом. Він охоплює аналіз соціального середовища, розроблення портфеля проєктів, взаємодію зі стейкхолдерами, управління реалізацією, розвиток внутрішньої культури відповідальності та оцінювання соціального впливу. Соціальне проєктування забезпечує поєднання інтересів організації і суспільства, сприяє підвищенню стійкості бізнесу, зміцненню його репутації та формуванню моделі поведінки, що відповідає сучасним стандартам соціального розвитку.

Список літератури:

1. *Круглик М. С.* Соціальне проєктування на підприємствах у контексті сталого розвитку / *М.Д. Фоцій, М.С. Круглик* // Теоретичні та практичні дослідження молодих вчених : зб. тез доп. 18-ї Міжнар. наук.-практ. конф. магістрантів та аспірантів, 19-22 листопада 2024 р. / гол. Є. І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2024. – С. 500-501.

2. *Фоцій П. М.* Профспілкові соціальні проєкти як інструмент формування корпоративної соціальної відповідальності / *П. М. Фоцій* // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я : тези доп. 33-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD-2025, 14-17 травня 2025 р. / ред. Є. І. Сокол ; уклад. Г. В. Лісачук [та ін.]. – Харків : НТУ "ХПІ", 2025. – С. 1108.