



КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Корпоративна культура (англ. *corporate culture*) — це система цінностей та переконань, які розділяє кожен працівник фірми та передбачає його поведінку, обумовлює характер життєдіяльності організації. Корпоративна культура — це також спосіб і засіб створення організації, яка самостійно розвивається.



Мета корпоративної культури – забезпечення високої дохідності фірми за рахунок максимізації ефективності виробничого менеджменту та якісного поліпшення діяльності підприємства в цілому за допомогою:

удосконалення управління людськими ресурсами для забезпечення лояльності співробітників до керівництва і прийнятих ним рішень;

виховання у працівників ставлення до підприємства як до свого дому;

розвитку здатності і в ділових, і в особистих стосунках спиратися на встановлені норм поведінки, вирішувати будь-які проблеми без конфліктів.

Принципи корпоративної соціальної відповідальності

- *Інституціональний принцип легітимності:*

Суспільство забезпечує бізнесу легітимність і наділяє його владою.

У довгостроковій перспективі цю владу втрачають ті, хто, з точки зору суспільства, не використовують її відповідально.

- *Організаційний принцип публічно-правової відповідальності:*

Організації у бізнесі відповідальні за ті результати, які відносяться до сфер їх первинної і вторинної взаємодії з суспільством.

- *Індивідуальний принцип свободи управлінського вибору:*

Менеджери є моральними агентами. У кожній сфері корпоративної соціальної відповідальності вони зобов'язані використовувати наявну у них свободу вибору задля досягнення соціально-відповідальних результатів.

Традиційно до числа найбільш поважних корпорацій світу саме через свою ефективну корпоративну соціальну відповідальність входять Walt Disney, BMW, Volkswagen, Toyota, Sony, Colgate, Lego, Apple.

Рейтинг компаній-лідерів у сфері корпоративної соціальної відповідальності, опублікований виданням Forbes:

1. Microsoft.
2. Google.
3. Walt Disney.
4. BMW.
5. Apple.

