

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ (CSR) ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ОХОРОНИ ПРАЦІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглядається роль корпоративної соціальної відповідальності (CSR) у підвищенні рівня охорони праці. CSR аналізується як стратегічний інструмент забезпечення безпечного робочого середовища, зменшення професійних ризиків і формування позитивного бренду роботодавця. Запропоновано маркетинговий підхід до інтеграції CSR у систему управління охороною праці.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, охорона праці, маркетинг, безпека, бренд роботодавця.

У сучасних умовах динамічного розвитку економіки та трансформації ринку праці питання безпеки працівників і забезпечення належних умов праці набувають особливої ваги. Водночас підвищується інтерес до соціально відповідального ведення бізнесу, де головну роль відіграє корпоративна соціальна відповідальність (від англ. Corporate Social Responsibility (CSR)). Успішні компанії все частіше усвідомлюють, що довгостроковий розвиток неможливий без турботи про людський капітал, безпеки виробничого процесу та формування етичної корпоративної культури. У цьому контексті CSR виступає не лише як морально-етичний підхід, а й як стратегічний інструмент, що здатний істотно підвищити рівень охорони праці, покращити мікроклімат в колективі, зменшити ризики професійних захворювань та травматизму [1].

Актуальність дослідження корпоративної соціальної відповідальності в контексті охорони праці зумовлена зростаючим усвідомленням ролі безпеки людини в системі соціально-економічного розвитку. В умовах глобалізації, цифрової трансформації виробництва та загострення соціальних проблем компанії дедалі частіше стикаються з необхідністю перегляду своїх підходів до управління персоналом.

Охорона праці є однією з основних категорій, що визначає не лише безпеку робочого середовища, а й загальний рівень соціальної відповідальності компанії. Підвищення рівня безпеки праці, впровадження профілактичних заходів, навчання персоналу та створення комфортного мікроклімату на робочому місці є маркерами зрілості організації. У цьому розрізі CSR слугує платформою, що дозволяє інтегрувати цінності безпеки, гідності, поваги до працівника у внутрішню політику компанії [2].

Маркетинговий підхід до аналізу CSR у сфері охорони праці дозволяє виявити численні переваги такої інтеграції. Репутація компанії сьогодні формується не лише через її продукти чи цінову політику, а й через ті цінності, які вона демонструє суспільству. Безпечне робоче середовище, низький рівень травматизму, ефективна система мотивації персоналу на основі здоров'я і добробуту – усе це є частиною бренду роботодавця. У цьому випадку CSR виступає як нематеріальний актив, що генерує додану вартість бренду та забезпечує стратегічну перевагу на ринку [3].

Інтеграція CSR у систему охорони праці дозволяє компаніям виходити за межі формальних приписів законодавства і розглядати безпеку праці як об'єкт інновацій [4].

Ефективна реалізація принципів CSR у сфері охорони праці передбачає багаторівневу комунікацію. Значну роль відіграє й те, що CSR дозволяє перетворити працівників з об'єкта управління на активних учасників змін. Коли компанія залучає персонал до розробки політик охорони праці, заохочує ініціативи зниження виробничих ризиків, підтримує програми

психологічної допомоги чи профілактичної медицини, вона формує середовище співпраці, довіри та взаємоповаги. Це, у свою чергу, посилює корпоративну згуртованість, сприяє утриманню цінних кадрів, стимулює творчість і підвищує якість продукції чи послуг.

Важливим є і те, що CSR у сфері охорони праці сприяє зміцненню національного та міжнародного іміджу компанії. Для підприємств, що працюють на експорт або залучають іноземних інвесторів, відповідність міжнародним стандартам безпеки праці (наприклад, ISO 45001) є необхідною умовою доступу до глобальних ринків. CSR дозволяє не просто відповідати цим стандартам, а інтегрувати їх у стратегію розвитку, демонструючи глибоке розуміння сучасних вимог та готовність до партнерства на засадах відповідальності та прозорості [4].

Отже, можна стверджувати, що корпоративна соціальна відповідальність у сфері охорони праці є не просто модним трендом, а основним чинником формування конкурентних переваг сучасного бізнесу. Вона забезпечує не лише правовий і етичний фундамент функціонування компанії, але й відкриває нові горизонти для маркетингу, HR-менеджменту, PR і стратегічного управління. Для студентів спеціальності «Маркетинг», які вивчають дисципліну «Безпека життєдіяльності та основи охорони праці», розуміння CSR як багатофункціонального інструменту є надзвичайно важливим. Це дозволяє формувати комплексний підхід до управління брендом, побудований на цінностях, відповідальності та повазі до людини як до головного ресурсу бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Станасюк Н. С., Пасінович І. І., Томашевська А. Р. Сучасні підходи до оцінювання корпоративної соціальної відповідальності підприємств // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: *Проблеми економіки та управління*. – 2021. – № 5(2). – С. 109–120. – Режим доступу: <https://doi.org/10.23939/semi2021.02.109> (дата звернення: 13.04.2025).
2. Міжнародний стандарт ISO 26000. Настанова по соціальній відповідальності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://surl.li/lmksfr> (дата звернення: 13.04.2025).
3. Будицький О. В., Галатов Б. М. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент бізнес-стратегії розвитку підприємств // *Економічний вісник Дніпровського державного технічного університету*. – 2023. – № 1(6). – С. 49–57. – Режим доступу: [https://doi.org/10.31319/2709-2879.2023iss1\(6\).282985pp49-57](https://doi.org/10.31319/2709-2879.2023iss1(6).282985pp49-57) (дата звернення: 13.04.2025).
4. Райко Д. В., Порез О. І. Соціальна відповідальність як інструмент управління сталим розвитком промислового підприємства // *Проблеми економіки*. – 2020. – № 1(43). – С. 173–189. – Режим доступу: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2020-1_0-pages-173_189.pdf (дата звернення: 13.04.2025).

Віштак Інна Вікторівна – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри безпеки життєдіяльності та педагогіки безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: vishtakiv@vntu.edu.ua

Скидан Крістіна Богданівна – студентка групи МР-226, факультет менеджмент інформаційної безпеки та технологій, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: skidankristinka11@gmail.com

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) AS A TOOL FOR IMPROVING LABOR PROTECTION

Abstract

This thesis examines the role of corporate social responsibility (CSR) in improving occupational safety. CSR is analyzed as a strategic tool for creating a safe working environment, reducing professional risks, and building a positive employer brand. A marketing approach to integrating CSR into occupational safety management is proposed.

Keywords: corporate social responsibility, occupational safety, marketing, security, employer brand.

Vishtak Inna. V. – Candidate of Engineering Sciences, Associate Professor, Associate Professor of Department Safety of Life and Pedagogical Safety, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: vishtakiv@vntu.edu.ua

Skydan Kristina B. – Student of Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: skidankristinka11@gmail.com