

## **ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ТА СТАЛІСТЮ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ**

**Г. Сиротюк**, к. е. н., доцент

ORCID ID: 0000-0002-8740-7959

Львівський національний університет природокористування

© Г. Сиротюк, 2023

<https://doi.org/10.31734/agrarecon2023.03-04.027>

### **Сиротюк Г. Взаємозв'язок між соціальною відповідальністю та сталістю розвитку бізнесу**

*Розглянуто вплив соціальної відповідальності на сталість розвитку бізнесу в сучасному глобальному економічному контексті. Подано переваги, які отримує підприємство та суспільство під час реалізації соціальної відповідальності. Сучасні підприємства все більше усвідомлюють, що соціальна відповідальність стає важливою складовою, оскільки це дає їм можливість не лише вирішувати внутрішні корпоративні завдання, а й позитивно впливати на суспільство та довкілля. Вказано, що соціальна відповідальність у бізнесі проявляється через участь у глобальних ініціативах з підтримки сталого розвитку, зменшення нерівності та протидії корупції. Проаналізовано підходи до визначення соціальної відповідальності, а також наведено приклади успішних практик у сфері корпоративної соціальної відповідальності, що призвели до позитивних результатів у сфері сталого розвитку. Доведено, що завдяки поліпшенню співпраці з громадськістю, зацікавленими сторонами, інвесторами та органами влади, корпоративна соціальна відповідальність суттєво позначається на здатності вітчизняних та іноземних підприємств до успішного розвитку та досягнення конкурентоспроможності, а також на збільшенні частки ринку та формуванні позитивного іміджу підприємства. Досліджено взаємозв'язок між репутацією та соціальною відповідальністю підприємства і встановлено, що ефективне впровадження стратегій соціальної відповідальності сприяє покращенню репутації підприємства та її сталості. Запропоновано внутрішні та зовнішні напрями соціальної відповідальності бізнесу. Проаналізовано вплив військових дій в Україні на політику соціальної відповідальності підприємств і з'ясовано, що соціально відповідальні підприємства зосереджуються на благодійності та волонтерстві.*

**Ключові слова:** соціальна відповідальність бізнесу, сталий розвиток, репутація компанії, суспільство, навколишнє середовище.

### **Syrotiuk H. The relationship between social responsibility and business sustainability**

*The influence of social responsibility on the sustainability of business development in the modern global economic context is considered. The benefits that an enterprise and society receive when implementing social responsibility are presented. Modern enterprises are increasingly realizing that social responsibility is becoming an important component, as it enables them not only to solve internal corporate tasks but also to have a positive impact on society and the environment. It is indicated that social responsibility in business is manifested through participation in global initiatives to support sustainable development, reduce inequality and combat corruption. Approaches to defining social responsibility are analyzed, alongside examples of successful practices in corporate social responsibility that have led to positive results in the sphere of sustainable development. It has been proven that by improving cooperation with the public, stakeholders, investors, and authorities significantly impacts the ability of domestic and foreign companies to achieve successful development and competitiveness, as well as to increase market share and build a positive company image. The correlation between reputation and the social responsibility of a company is explored, establishing that the effective implementation of social responsibility strategies contributes to enhancing the company's reputation and sustainability. Internal and external directions of business social responsibility are proposed. The influence of the military actions in Ukraine on the corporate social responsibility policy is analyzed, revealing that socially responsible companies focus on charity and volunteering.*

**Key words:** business social responsibility, sustainable development, company reputation, society, environment.

**Постановка проблеми.** Вплив соціальної відповідальності на сталість розвитку бізнесу – ключовий аспект у сучасному світі, де етика, сталість та взаємодія з громадськістю стають не лише вимогою споживачів, а й необхідністю для успішного функціонування підприємств. Сучасні споживачі все більше звертають увагу на соціальну відповідальність підприємств. Вони віддають перевагу компаніям, які не лише пропонують якісні товари та послуги, а й проявляють активну підтримку спільнотам та зберіганню довкілля.

Соціальна відповідальність у сучасному бізнес-середовищі – концепція, яка висвітлює обов'язок підприємств враховувати вплив своїх дій на суспільство загалом. Це означає, що підприємства мають враховувати не лише економічні, а й соціальні та екологічні аспекти своєї діяльності. Такий підхід передбачає ухвалення рішень, спрямованих на досягнення балансу між прибутковістю підприємства, задоволенням потреб суспільства та захисту навколишнього середовища.

Підприємства, які успішно інтегрують соціальну відповідальність у свою стратегію, мають перевагу перед конкурентами, оскільки це може створювати додаткову цінність для споживачів і підвищувати лояльність клієнтів. Тож вивчення впливу соціальної відповідальності на сталість розвитку бізнесу дозволить краще зрозуміти ефективні методи й стратегії для впровадження соціально відповідальних практик, що натомість сприятиме створенню стійкого, ефективного та конкурентоспроможного бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням соціальної відповідальності бізнесу присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних учених. Так, Л. Бобко (2016) розглядає корпоративну соціальну відповідальність як довгострокову стратегію діяльності організації, що базується на гуманістичних цінностях, визначається принципами сталого розвитку, підзвітності та прозорості й характерна високими стандартами операційної та виробничої діяльності.

Цікаві дослідження проводять Р. Bansal та М. R. DesJardine (2014), які, розглядаючи взаємозв'язок соціальної відповідальності та

сталого розвитку бізнесу, доводять, що час посідає центральне місце в сталому розвитку, й це відрізняє його від інших подібних концепцій, таких як корпоративна соціальна відповідальність та корпоративне громадянство. Науковці вважають, що стійкий бізнес керує міжчасовими компромісами в ухваленні стратегічних рішень, щоб враховувати як короткострокову, так і довгострокову перспективу.

Дослідники Д. Букреева та К. Денисенко (2022) вважають, що пріоритетними заходами щодо розвитку соціальної відповідальності в Україні є: державна пропаганда важливості соціальної відповідальності; створення державного фонду та залучення коштів з місцевих бюджетів для часткового співфінансування соціальних проектів; надання різноманітних податкових пільг та створення моральних стимулів для підприємців, які інвестували в соціально важливі проекти; впровадження на національному рівні обов'язкової соціальної звітності для компаній, які можуть розміщувати акції на фондових біржах.

Науковці Г. Євтушенко, Г. Тимохова та О. Куриленко (2022) розглядають нову форму взаємодії соціальних підприємств і комерційних компаній, які працюють за принципами корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку – «Social Hub». Науковці доводять, що симбіоз таких компаній створює нові можливості для стейкхолдерів з метою створення доданої вартості та, завдяки синергії сильних сторін кожної організації, створює позитивний соціальний (громадський) вплив.

Проблеми соціальної відповідальності та сталого розвитку в умовах війни досліджують Г. Миськів та І. Пасінович (2023), які акцентують увагу на тому, що війна ускладнює рух до сталого розвитку й водночас потребує соціально відповідальної позиції держав, бізнесу, міжнародних організацій. Науковці наголошують, що майбутня відбудова держави потребуватиме складних і відповідальних рішень української влади, а також консолідації зусиль світового співтовариства і великого бізнесу.

Однак більш ґрунтовного дослідження потребують практики соціальної відповідальності та їхній вплив на досягнення засад сталого розвитку.

**Постановка завдання.** Наше завдання – вивчення та аналіз взаємозв’язку між соціальною відповідальністю компаній і сталістю їх розвитку з урахуванням сучасних тенденцій у сфері бізнесу.

**Методика дослідження та матеріали.** У процесі дослідження застосовано системний підхід до визначення сутності соціальної відповідальності, низку загальнонаукових та спеціальних методів: логічного аналізу – для обґрунтування динаміки рейтингу корпоративної репутації компаній; індукції та дедукції – для формування теоретичних основ про сутність соціальної відповідальності; аналізу та синтезу – для деталізації практик соціально відповідальних компаній; наукової абстракції – для підбиття підсумків дослідження тощо.

Інформаційною базою дослідження слугували законодавчі та нормативно-правові акти, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених з проблематики дослідження.

**Виклад основного матеріалу.** Соціальна відповідальність бізнесу – це прийняття додаткової відповідальності за вплив своєї дія-

льності на суспільство, середовище та економіку. Вона базується на принципі, який вимагає, щоб компанії не просто зосереджувалися на прибутку, а й ураховували соціальні та екологічні аспекти своєї діяльності.

До основних аспектів соціальної відповідальності бізнесу можна віднести:

- споживачів: забезпечення якісних та безпечних товарів і послуг;
- працівників: створення сприятливих умов праці, забезпечення чесної оплати праці та розвитку перспектив;
- спільноти: внесок у розвиток місцевих громад, підтримка благодійних проєктів, спонсорство культурних та освітніх заходів;
- довкілля: зменшення негативного впливу на природу, здійснення екологічно чистої діяльності, використання енергоефективних технологій.

Ці аспекти взаємопов’язані й вимагають комплексного підходу від компанії.

Запровадження соціальної відповідальності для підприємств має численні переваги як для самого бізнесу, так і для суспільства загалом. Деякі найважливіші переваги передбачають (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Переваги впровадження соціальної відповідальності**

| Переваги для підприємств<br>1                                                                                                                                                                                                       | Переваги для суспільства<br>2                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ✓ <i>Покращання репутації й бренду:</i> підприємства, які приділяють увагу соціальній відповідальності, зазвичай мають кращу репутацію в очах споживачів, інвесторів та громадськості                                               | ✓ <i>Покращання якості життя:</i> соціально відповідальні практики сприяють поліпшенню якості життя людей (доступ до освіти, охорони здоров’я, соціального захисту та інших основних послуг)                                           |
| ✓ <i>Залучення та утримання талановитого персоналу:</i> соціально відповідальні практики можуть допомогти залучити та утримати талановитих співробітників, які прагнуть працювати в етичних і соціально відповідальних організаціях | ✓ <i>Сталість та екологічна безпека:</i> зосередження на екологічній відповідальності допомагає зберігати природні ресурси та знижувати негативний вплив промисловості на довкілля, сприяючи збереженню природи для майбутніх поколінь |
| ✓ <i>Зниження витрат:</i> ефективне використання ресурсів, енергоефективність та управління відходами можуть призвести до зниження витрат на довгостроковій основі                                                                  | ✓ <i>Створення робочих місць:</i> ініціативи КСВ можуть сприяти створенню нових робочих місць та сприяти розвитку місцевої економіки, зокрема за рахунок сприяння малому бізнесу та підтримки підприємництва                           |
| ✓ <i>Залучення інвестицій та впровадження інновацій:</i> врахування соціальної відповідальності може забезпечити легший доступ до капіталу інвесторів та спонукати підприємства до розвитку нових технологій та інновацій           | ✓ <i>Соціальна інтеграція:</i> ініціативи КСВ можуть сприяти соціальній інтеграції вразливих груп населення, забезпечуючи їм рівні умови та можливості для участі у розвитку суспільства                                               |

| 1                                                                                                                                                                                                                  | 2                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>✓ <i>Зниження ризиків та витрат:</i><br/>ефективне управління ризиками може допомогти уникнути штрафів та інших витрат, пов'язаних з невідповідністю стандартам</p>                                             | <p>✓ <i>Підвищення рівня довіри:</i><br/>компанії, які виявляють соціальну відповідальність, зазвичай мають більш високий рівень довіри від громадськості, що сприяє прийняттю їхніх продуктів та послуг більш широким колом споживачів</p> |
| <p>✓ <i>Покращання стосунків з урядом та громадськістю:</i><br/>здійснення соціально відповідальних дій сприяє покращанню взаємин з урядом, споживачами, місцевою спільнотою та іншими зацікавленими сторонами</p> | <p>✓ <i>Стимулювання соціальних інновацій:</i> через фінансування та підтримку соціальних проєктів та інновацій корпорації можуть сприяти розв'язанню соціальних проблем, таких як безробіття, бідність та ізоляваність</p>                 |
| <p>✓ <i>Сприяння сталому розвитку:</i> забезпечення балансу між економічними, соціальними та екологічними складовими допомагає стимулювати сталий розвиток підприємства</p>                                        | <p>✓ <i>Підвищення свідомості та освіти:</i> програми КСВ можуть сприяти підвищенню освіти та свідомості про соціальні проблеми та екологічні питання, спонукаючи громадян до більш відповідальної поведінки</p>                            |

*Джерело: власна розробка автора*

Соціальна відповідальність стає необхідним аспектом для сучасних підприємств, оскільки це дозволяє їм вирішувати не тільки власні корпоративні завдання, а й робити позитивний внесок у суспільство та довкілля.

Бізнес – це життєво важливий партнер для досягнення Цілей сталого розвитку. Компанії можуть долучатись через свої основні види діяльності, й ставити перед собою амбітні цілі та повідомляти про результати відкрито й прозоро (SDG Compass, 2015).

Сьогодні Україна активно впроваджує концепцію соціальної відповідальності у Стратегію сталого розвитку. Одним із головних принципів стратегії до 2030 року є активна участь представників бізнесу та соціальних партнерів, тобто формування соціального діалогу, впровадження корпоративної соціальної відповідальності та державно-приватного партнерства з метою сприяння спільній співпраці та виконання загальних зобов'язань для досягнення сталого споживання та виробництва. Цей принцип стимулює підприємства до ефектної співпраці з державою, з метою поліпшення добробуту населення та створення сприятливих умов для сталого споживання та виробництва (Стратегія сталого розвитку..., 2017).

Соціальна відповідальність у бізнесі також може проявлятися через участь у глобальних ініціативах з підтримки сталого розвитку,

зменшення нерівності та боротьби з корупцією. Вона стає важливою складовою стратегії бізнесу, сприяючи підвищенню конкурентоспроможності підприємства та формуванню позитивного іміджу в очах споживачів.

Соціальну відповідальність у законодавчих документах країн Європейського Союзу розглядають як важливий інструмент, котрий пропонує перелік цінностей, на основі яких можна побудувати більш згуртоване суспільство й перейти до сталої економічної системи (Communication from the European Commission..., 2017).

Згідно з міжнародним стандартом ISO 26000 «Керівництво із соціальної відповідальності», соціальну відповідальність трактують як відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство й навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, а саме: передбачає здоров'я та добробут суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам поведінки (ISO 26000, 2010).

У національному стандарті ДСТУ ISO 26000 «Настанови щодо соціальної відповідальності», який гармонізовано з міжнародним стандартом, зазначено, що метою соціальної відповідальності є сприяння сталому розвитку (ДСТУ ISO 26000, 2019),

За даними дослідження Центру «Розвиток КСВ» 83% українських компаній впроваджують корпоративну соціальну відповідальність (КСВ), 52% компаній мають затверджені стратегії КСВ, 67% репутації компанії – це її КСВ (Аналітичні матеріали..., 2023). Нині, в умовах воєнного часу, соціальна відповідальність зосереджена на благодійності та волонтерстві.

Як уже зауважували, соціальній відповідальності відводиться істотна роль у репутації підприємства, де споживачі та стейкхолдери вимагають більшої уваги до соціальних питань. Підприємства, які приділяють увагу соціальній відповідальності (демонструють свої зобов'язання до громадськості, екології та інших важливих питань) мають підвищений рівень довіри від споживачів, краще сприйняття

бренду, підвищення привабливості для талановитих співробітників, а також зниження ризику репутаційних криз у майбутньому. Для багатьох стейкхолдерів нині важливіше те, що становить компанія.

Світові тренди вказують на прямий зв'язок соціальної відповідальності та репутації компаній. Як засвідчили результати дослідження (Global RepTrak, 2023), ключовими чинниками, що мають максимальний вплив на корпоративну репутацію, є:

- ✓ якість продукту або послуг;
- ✓ довіра до бренду;
- ✓ соціальна відповідальність;
- ✓ робота зі співробітниками;
- ✓ інновації та технологічний прогрес;
- ✓ ефективне управління кризами та ризиками.

Виокремимо десять найбільш авторитетних компаній (табл. 2).

*Таблиця 2*

**Компанії з найвищим рейтингом корпоративної репутації**

| № з/п | 2021 р.                 | 2022 р.         | 2023 р.         |
|-------|-------------------------|-----------------|-----------------|
| 1.    | LEGO Group              | Rolex           | LEGO Group      |
| 2.    | Rolex                   | Ferrari         | The Bosch Group |
| 3.    | Ferrari                 | LEGO Group      | Rolls-Royce     |
| 4.    | The Bosch Group         | Rolls-Royce     | Harley-Davidson |
| 5.    | Harley-Davidson         | Mercedes-Benz   | Canon           |
| 6.    | Canon                   | Harley-Davidson | Rolex           |
| 7.    | Adidas                  | The Bosch Group | Miele           |
| 8.    | The Walt Disney Company | PayPal          | Sony            |
| 9.    | Sony                    | Netflix         | Nintendo        |
| 10.   | Microsoft               | Intel           | Mercedes-Benz   |

*Джерело: систематизовано на основі (Global RepTrak-2021, Global RepTrak-2022, Global RepTrak-2023)*

У рейтингу корпоративної репутації 2023 р. компанія LEGO Group була на першій позиції, її бездоганна репутація пов'язана з високою ефективністю ведення бізнесу. Крім того, сила репутації інших компаній полягає в тому, що споживачі високо цінують якість продукції, фінансові результати діяльності та можливості лідерства підприємства.

Американський журнал «Fast Company» публікує перелік найбільш інноваційних компаній, які вирізняються корисними ініціати-

вами корпоративної соціальної відповідальності у 2023 р. (10 справді корисних ініціатив ... 2023):

1. Microsoft: забезпечення доступності даних про людей з інвалідністю.
2. Ally Financial; фінансування ініціативи з різноманітності та справедливості.
3. Interpid Travel: прагнення до різноманітності подорожей.
4. Stady.com: допомога вчителям, які бажають вирватися з неблагозвичайного середовища.
5. East Fork: інвестиції у своїх співробітників і в спільноту.

6. Builders Vision: внесок у соціально-перетворювальні інвестиції.
7. Chobani: допомога в працевлаштуванні біженців.
8. Slack: навчання колишніх ув'язнених у сфері технологій.
9. Yelp: боротьба за право на аборти.
10. Doconomy: за можливість легко виміряти свій вплив на довкілля.

Підтримка репутації соціально відповідальних компаній у сучасному бізнесі є ключовим фактором для досягнення успіху. Основними стратегіями, які можуть допомогти підвищити конкурентоспроможність і поліпшити репутацію компанії серед споживачів, є:

1. Створення прозорих та ефективних соціальних програм.
2. Впровадження стандартів екологічної сталості.

3. Встановлення чітких етичних стандартів.
4. Впровадження програм корпоративної соціальної відповідальності.
5. Взаємодія зі споживачами через соціальні медіа.
6. Залучення співробітників у соціально відповідальні ініціативи.

Реалізація зазначених стратегій сприятиме збільшенню прибутковості та сталому розвитку бізнесу.

Соціальна відповідальність бізнесу охоплює багато аспектів, які містять як внутрішні, так і зовнішні напрями. Ці напрями відображають ангажованість компанії в різних сферах суспільного життя та стосунків зі співробітниками, споживачами, громадськістю та середовищем (табл. 3).

*Таблиця 3*

**Внутрішні та зовнішні напрями соціальної відповідальності бізнесу**

| Внутрішні напрями соціальної відповідальності бізнесу                                                                                                                                                                            | Зовнішні напрями соціальної відповідальності бізнесу                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Поліпшення умов праці: створення безпечного та здорового робочого середовища, гарантування справедливої оплати праці, забезпечення рівних можливостей для всіх співробітників і створення можливостей для професійного зростання | Екологічна відповідальність: зменшення впливу на навколишнє середовище, використання екологічно чистих технологій та процесів, а також активна участь у програмах з екологічного захисту |
| Розвиток співробітників: надання навчальних можливостей, тренінгів та програм для підвищення кваліфікації співробітників                                                                                                         | Підтримка спільноти: фінансова підтримка для місцевих проектів та програм розвитку, спонсорство культурних та соціальних заходів                                                         |
| Створення міцної корпоративної культури, яка враховує потреби інтересів співробітників, їхній добробут та задоволення від роботи                                                                                                 | Взаємодія з клієнтами та споживачами: забезпечення якісних продуктів та послуг, відповідність продукції всім стандартам безпеки та якості, а також урахування потреб і бажань споживачів |
| Забезпечення рівного та справедливого ставлення до всіх співробітників без будь-якої форми дискримінації                                                                                                                         | ✓ Волонтерська діяльність: волонтерські програми, партнерство з неприбутковими організаціями, стимулювання соціальної свідомості                                                         |

*Джерело: власна розробка автора*

Напрями КСВ українського бізнесу дещо змінилися в умовах війни. Повномасштабна війна в Україні стала викликом для бізнесу, який позиціонує себе як соціально відповідальний, і саме війна змусила український бізнес переорієнтувати свої програми сталого розвитку та благодійної допомоги. Багато компаній інтегрували програми допомоги та відновлення України у свою політику КСВ.

До Топ-10 компаній, пріоритетами практик КСВ яких є допомога військовим, переселенцям і співробітникам, увійшли такі (КСВ воєнного часу, 2022):

1. *Корпорація АТБ*. Виділяє на підтримку ЗСУ та постраждалих від війни мирних мешканців значні суми коштів. Супермаркети мережі оперативно відкриваються у звільнених українських містах. У співпраці з NTI Loyalty та за підтримки Дитячого фонду ООН запустила національний благодійний проект з технологією доповненої реальності «Брайти»,

метою якого є збір коштів на створення першого реабілітаційного центру «Незламні» у Львові для дітей з важкими вогнепальними та вибуховими пораненнями. Лише протягом першого місяця з дня старту вдалося зібрати 20 млн грн.

2. *Оператор телекомунікацій «Київстар»*. Мобільний оператор реалізує суспільно значущі й благодійні програми, а місія компанії сьогодні – берегти Україну та надавати допомогу людям. Компанія забезпечує інтернетом бомбосховища (наразі таких понад 1400) та понад 700 модульних містечок для вимушених переселенців. Компанія підтримала ініціативу Президента України United24 щодо залучення коштів на відбудову України і виділила 300 млн грн на відновлення цифрової інфраструктури.

3. *Компанія «Нова пошта»*. Компанія з початку повномасштабної війни платить за доставку вантажів, які відправляють волонтери. Також українцям пропонують придбати продукти для мешканців звільнених територій – перевізник доставить їх за власний рахунок до Херсонщини, Донеччини та Харківщини. Оснащує медичні заклади тренажерами для реабілітації військових з ушкодженими чи втраченими кінцівками. У прифронтових містах логістичний оператор встановлює бетонні укриття від уламків ракет для цивільного населення.

4. *Компанія «Прогрестех-Україна»*. Компанія розробляє інженерні й IT-рішення для високотехнологічних підприємств, підтримує розвиток освіти в рамках проекту Progresstech ACADEMY. Це комплекс онлайн-курсів авіаційного напрямку на базі LMS (системи управління дистанційним навчанням) за участі провідних інженерів.

5. *Комерційний банк «ПУМБ»*. Пріоритети банку під час війни – збереження бізнесу, клієнтів та команди, допомога українським захисникам. Банк надає матеріальну допомогу в разі втрати чи пошкодження житла, поранення працівників та загибелі членів їхніх родин або виїзду родин з окупованих територій. Мобілізовані співробітники отримують повну зарплатню. Банк ініціював проєкт «Ми однієї крові» – патріотичний мерч, що рятує життя військових і мирних мешканців.

6. *Фармацевтична компанія «Фармак»*. На початку року компанія авансом сплатила

податки, втримала команду підприємства та створила максимально безпечні умови для персоналу. Компанія реалізує проєкти зі сталого розвитку та разом з Благодійним фондом Родини Жебрівських надає благодійну допомогу армії. Компанія, у якій працює близько 3000 людей, продовжує впроваджувати принципи сталого розвитку в корпоративну культуру та бізнес-процеси.

7. *Тютюнова компанія «Філіп Морріс Україна»*. В умовах війни компанія спрямувала зусилля на підтримку працівників, гуманітарну допомогу українцям та організацію соціальних просторів «Сфери світла» під час блекаутів.

8. *Міжнародна група компаній фармгалузі «Asino»*. Група компаній спрямувала на гуманітарні цілі понад 65 млн грн, на підтримку ЗСУ – 2 млн грн, на забезпечення гуманітарних і медичних потреб МОЗ у рамках ініціативи UNITED24 – 4 млн грн. Компанія стала партнером проєкту БФ «Реконструкції та розвитку України» із забезпечення прифронтової зони та зруйнованих лікарень в областях мобільними шпиталями. Ще один пріоритет компанії – порятунок та підтримка співробітників і їхніх сімей, що опинилися у гарячих точках.

9. *Онлайн-казино «Cosmolot»*. Із початку повномасштабного вторгнення *Cosmolot* перерахував понад 15 млн грн на потреби ЗСУ, створили перше військове онлайн-експо *Brave Inventors*. Це – платформа, яка об'єднує досвідчених виробників зброї та розробників-початківців, інвесторів і волонтерів, військових експертів та державних службовців.

10. *Сервіс онлайн-кредитування «Moneyveo»*. Основними напрямками КСВ компанії є: допомога військовим; підтримка центру для проживання онкохворих дітей «Дача», Київського міського центру соціальної підтримки дітей та сімей, БФ «Сонях»; підвищення рівня фінансової грамотності населення, беручи участь у відповідних інформкомпаніях.

Прикладів соціально відповідальних компаній у складні часи війни досить багато. Саме бізнес, в умовах дефіциту коштів у держави, робить великий внесок у боротьбу з російською агресією та пришвидшенням перемоги над ворогом.

Бізнесу, для адаптації КСВ в умовах війни, доцільно: поєднати стратегію бізнесу з

відновленням України на засадах сталого розвитку; вживати заходів з психологічної підтримки співробітників; поновити політику з прав людини у сфері підприємницької діяльності; займатися благодійністю та волонтерством; приділяти увагу екологічним питанням та активізувати співпрацю з місцевими громадами.

**Висновки.** Зв'язок між соціальною відповідальністю та сталістю розвитку бізнесу останніми роками став предметом широкого обговорення у глобальній суспільній спільноті. Зростаюча свідомість щодо екологічних проблем, соціальних нерівностей та етичних стандартів привела до того, що підприємства почали виявляти більш активний інтерес до соціальної відповідальності. Ця тенденція не тільки сприяє покращанню ставлення споживачів та інвесторів, а й безпосередньо позначається на сталості розвитку бізнесу.

Відповідальне ставлення підприємств до соціальних та екологічних питань може виявитися ключовим чинником для ефективного розвитку бізнесу в довгостроковій перспективі. Важливо враховувати, що сучасне суспільство все більше орієнтується на компанії, які не

лише приносять прибуток, а й дбають про довкілля, здоров'я споживачів та сприяють соціальному добробуту.

Однією з основних переваг соціально відповідального бізнесу є покращання репутації підприємства. Компанії, що приділяють увагу екологічним та соціальним питанням, здатні залучити більше клієнтів та збільшити лояльність наявних. До того ж, соціально відповідальні практики можуть допомогти залучити та зберегти талановитих фахівців.

Під час воєнних дій в Україні основними напрямками соціальної відповідальності компанії є: вчасна сплата податків; допомога ЗСУ; допомога населенню, яке постраждало від бойових дій тощо.

Загалом, враховуючи зазначені фактори, можна констатувати, що соціальна відповідальність є вигідним стратегічним кроком для бізнесу. Це сприяє створенню сприятливого середовища для розвитку компаній, що дозволяє їм не тільки забезпечити власний успіх, а й сприяти загальному благополуччю суспільства.

### СПИСОК ПОСИЛАНЬ

10 справді корисних ініціатив корпоративної соціальної відповідальності 2023 року [online] Доступно: <https://thepage.ua/ua/economy/iniciativi-korporativnoyi-socialnoyi-vidpovidalnosti-2023-roku> [Дата звернення 18 жовтня 2023].

Аналітичні матеріали. Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», 2023 [online] Доступно: <http://csr-ukraine.org> [Дата звернення 18 жовтня 2023].

Бобко, Л. О., 2016. Сучасний стан та перспективи розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Ефективність державного управління*, 1 (2), с. 41–47 [online] Доступно: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu\\_2016\\_1-2\(2\)\\_\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2016_1-2(2)__7) [Дата звернення 15 жовтня 2023].

Букреева, Д. та Денисенко, К., 2022. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. *Економіка та суспільство*, 38. DOI:10.32782/2524-0072/2022-38-52

ДСТУ ISO 26000:2019 Настанови щодо соціальної відповідальності (ISO 26000:2010, IDT) [online] Доступно: [http://online.budstandart.com.ua/catalog/doc-page.html?id\\_doc=91617](http://online.budstandart.com.ua/catalog/doc-page.html?id_doc=91617) [Дата звернення 14 жовтня 2023].

Євтушенко, Г. В., Тимохова, Г. Б. та Куриленко, О. Є., 2022. Аналіз форм реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу в умовах бойових дій в Україні. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна серія «Економічна»*, (103), с. 91–96. <https://doi.org/10.26565/2311-2379-2022-103-11>.

КСВ воєнного часу. Топ-10 компаній [online] Доступно: <https://www.dsnews.ua/ukr/reitingi/ksv-voyennogo-chasu-top-10-kompaniy-22122022-471409> [Дата звернення 10 жовтня 2023].

Миськів, Г. В. та Пасінович, І. І., 2023. Сталий розвиток і соціальна відповідальність в умовах війни в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління»*, 7 (1), с. 21–36.



Стратегія сталого розвитку України до 2030 року (проект 2017) [online] Доступно: <https://ips.ligazakon.net/document/JH6YF00A> [Дата звернення 5 жовтня 2023].

Bansal, P. and DesJardine, M., 2014. Business sustainability: It is about time. *Strategic Organization*, 12 (1), p. 70–78. <https://doi.org/10.1177/1476127013520265>.

Communication from the European Commission. Guidelines on non-financial reporting (methodology for reporting non-financial information) (2017/C215/01), 2017 [online] Available at: [http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017XC0705\(01\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017XC0705(01)&from=EN) [Accessed 17 October 2023].

Global RepTrak 100 – 2021. Ranking The Brands [online] Available at: <https://www.reprtrak.com/blog/introducing-the-2021-global-reprtrak-100> [Accessed 12 October 2023].

Global RepTrak 100 – 2022 [online] Available at: <https://www.reprtrak.com/rankings/2022> [Accessed 12 October 2023].

Global RepTrak 100 – 2023 [online] Available at: <https://www.reprtrak.com/rankings> [Accessed 12 October 2023].

ISO 26000:2010. Guidance on social responsibility [online] Available at: <https://www.iso.org/standard/42546.html> [Accessed 16 October 2023].

SDG Compass, 2015. The guide for business action on the SDGs. United Nations Global Compact [online] Available at: [https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2015/12/019104\\_SDG\\_Compass\\_Guide\\_2015.pdf](https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2015/12/019104_SDG_Compass_Guide_2015.pdf) [Accessed 19 October 2023].

*Стаття надійшла 26.10.2023*

