

НАПРЯМ 15. ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕХАНІЗМІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ДЕОКУПАЦІЇ ТА РЕІНТЕГРАЦІЇ АР КРИМ: ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ВИМІРАХ ВІД ННІ

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-502-3-66>

Бондарук М. В.,

аспірант кафедри публічного управління, туризму та готельно-ресторанної справи

*Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського
м. Київ, Україна*

НЕОБХІДНІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕХАНІЗМІВ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Протягом останніх років в основі досліджень соціальної відповідальності бізнесу лежали здебільшого: фінансова підтримка вирішення головних соціальних проблем, забезпечення належних передумов для сталого розвитку різних галузей економіки, а також своєчасна сплата податків і зборів. Проте з початком повномасштабної війни бізнес-сфера зазнала докорінних змін, вітчизняні суб'єкти господарювання наразилися на нові виклики та проблеми, а відтак і усвідомлення необхідності реалізації механізмів розвитку соціальної відповідальності бізнесу зросло.

Як важлива складова сучасної бізнес-стратегії, практика корпоративної соціальної відповідальності в Україні активно впроваджувалася задовго до воєнного вторгнення російської федерації. Згідно з дослідженням Центру «Розвиток КСВ», іще до повномасштабного вторгнення близько 80% українських компаній почали впроваджувати підхід КСВ або дотримувалися його принципів. Хоча визначені показники дещо нижчі, ніж у розвинутих європейських країнах, де 90–95% компаній приділяють велику увагу КСВ, ми також можемо спостерігати позитивні тенденції розвитку цього процесу. Збереження бізнесу навіть в умовах воєнного стану іноді розглядається як корпоративна соціальна відповідальність. Адже зберегти економіку – це зберегти робочі місця, виробляти якісні товари, служити людям, сплачувати податки, щоб наповнювати місцевий і державний бюджети, що в умовах агресії є надважливим. Коли розпочинається війна та виникають великі ризики, можливо, не найкращий час просити

компанії надати значну підтримку різноманітній соціальній діяльності. Проте вітчизняні компанії, які забезпечували функціонування національної економіки, і їхня роль у волонтерстві та фінансуванні Збройних Сил України, допомозі нужденним людям, тимчасово переміщеним особам та іншим постраждалим від війни є досить важливою [4, с. 411].

Соціальна відповідальність означає, що окрім максимізації акціонерної вартості, підприємства повинні працювати таким чином, щоб приносити користь суспільству. Соціально відповідальні компанії повинні прийняти політику, яка сприятиме добробуту суспільства та навколишнього середовища, одночасно зменшуючи негативний вплив на них. Компанії можуть діяти відповідально багатьма способами, наприклад, заохочуючи волонтерство, вносячи зміни на користь навколишньому середовищу, дотримуючись етичної практики праці та беручи участь у благодійності. Споживачі більш активно прагнуть купувати товари та послуги в соціально відповідальних компаній, що впливає на їх прибутковість. І хоч критики стверджують, що практика соціальної відповідальності є протилежністю тому, чому існує бізнес, але молодші покоління бізнесменів беруть на себе соціальну відповідальність і стимулюють зміни на робочому місці та як споживачі. Соціальна відповідальність – це невід’ємна складова бізнес-діяльності компанії. Вона суттєво впливає на формування іміджу національного бізнесу і країни в цілому. Реалізація концепції сприятиме покращенню соціально-економічної, екологічної ситуації в країні та захисту прав людини відповідно до міжнародних норм і стандартів ведення бізнесу [3, с. 96].

Враховуючі сучасні умови найкращим механізмом для покращення рівня соціальної відповідальності можуть стати зміни на державному рівні, шляхом підвищення економічної свободи та зниженню корупції. Також введення обов’язкових ініціатив, які б на постійній основі привертали увагу громадськості до соціальних проблем, як екологічного, так і гуманітарного характеру. Не менш важливим є підтримка вразливих верств населення. Обов’язкове введення квот для людей з обмеженими можливостями, якщо це не загрожує їх життю, створення внутрішнього пенсійного фонду для працівників шляхом стягування відсотків від зарплатні та формування особистих фінансових нагромаджень. Обов’язкове медичне страхування теж є невід’ємною частиною соціальної культури та сприяє збільшенню лояльності працівників. Тобто, через державне урегулювання, рівень соціальної відповідальності буде зростати з кожним роком та розповсюджуватися не лише на великі компанії, а й на малі суб’єкти господарювання, що призводитиме до визначення соціальної відповідальності як невід’ємної частини корпоративної культури [1].

Соціальна відповідальність бізнесу може стимулювати співпрацю з іншими сторонами, такими як інші підприємства, громадські

організації та уряд. У період воєнного стану спільні зусилля можуть бути ефективними у розв'язанні загальних проблем, таких як гуманітарна допомога, відновлення інфраструктури та підтримка постраждалих. Співпраця дозволяє об'єднувати ресурси та знання для досягнення більшого впливу та розв'язання складних завдань. В період воєнного стану бізнесам слід переосмислити свої бізнес-моделі та шукати шляхи до сталого розвитку. Це може включати в себе розробку нових продуктів та послуг, які сприяють зменшенню впливу на навколишнє середовище, підтримку громад та забезпечення сталого доходу. Загалом, соціальна відповідальність бізнесу в період воєнного стану є важливим фактором, який визначає не тільки успіх підприємства, але й внесок у розвиток громад та створення більш стабільного та справедливого суспільства. Важливо розуміти, що соціальна відповідальність бізнесу не є обмеженою дією, але стає важливою частиною стратегії, що сприяє сталому розвитку у важких умовах [2].

Отже, вітчизняна бізнес-індустрія на даний час переживає нові труднощі та виклики, зумовлені війною. Однак, варто зазначити, що наші досягнення у воєнних діях є своєрідним результатом соціальної відповідальності та активізації соціальних ініціатив не лише бізнес-сфери, але й суспільства. Так, протягом останніх трьох років представники великого бізнесу не лише не скоротили соціальні програми, а, навпаки, їх розширили, за рахунок чого вийшли на новий етап впровадження принципів соціальної відповідальності. Тому, на нашу думку, на сьогоднішній день бізнес в нашій державі, яка перебуває у воєнних умовах, змінюється на новітню модель соціально відповідального співробітництва з населенням. Доволі важливо і на далі розвивати соціальну відповідальність та адаптувати її до воєнних реалій, оскільки це забезпечує виживання суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел:

1. Букреева Д. С., Денисенко К. В. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євро-інтеграційний аспект. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1316/1271>
2. Голік О, Голік К. Соціальна відповідальність бізнесу в період воєнного стану. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/e3680e1b-cb02-4652-b0d6-8d5cab28fe69/content>
3. Стойко І., Шерстюк Р., Долубовська О. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні у воєнний і післявоєнний період. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 2 (27). С. 93–106.
4. Червінська Л., Червінська Т., Каліна І., Коваль М., Шуляр Н., Чернишов О. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни. *Financial and credit activity problems of theory and practice*. 2023. № 6.53. С. 405–416.