

## СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Кравченко Ю.М., к.е.н.

*Державний біотехнологічний університет*

*Проаналізовано основні форми соціальної відповідальності бізнесу в Україні під час війни. У дослідженні розглядався вплив факторів на прийняття рішень компанією під час військових дій в Україні за такими критеріями: адаптації українського бізнесу, розробка стратегій господарювання офіційна заява про припинення співпраці з російською федерацією.*

Завдяки покращенню відносин із громадськістю, зацікавленими сторонами, інвесторами та владою, корпоративна соціальна відповідальність має значний вплив на здатність вітчизняних та іноземних компаній успішно розвиватися та досягати економічної конкурентоспроможності, а також збільшувати частку ринку, формувати позитивний імідж організації. Реалізуючи різноманітні форми соціальної відповідальності підприємство реалізує свій внесок у світ майбутнього, вирішуючи локальні та глобальні проблеми людства.

Як не намагався агресор паралізувати вітчизняну економіку, поставити абсолютну більшість українців на межі виживання і голоду, вийшло навпаки — великий бізнес не лише не згорнув соціальні програми, а й має на меті вихід на новий рівень — з впровадженням ESG- принципів.

Цю аббревіатуру можна розшифрувати як «екологія, соціальна політика та корпоративне управління». У широкому значенні це сталий розвиток комерційної діяльності, що будується на принципах відповідального ставлення до довкілля (E — environment); високої соціальної відповідальності (S — social); високої якості корпоративного управління (G — governance).

Соціальна відповідальність – це бажання компанії підтримувати соціальні проблеми як окремого напрямку в межах однієї країни, так і на світовому тлі. Соціальна відповідальність – це механізм допомоги суспільству та одночасно розвитку бізнесу. Кращі світові компанії використовують дану концепцію для того, щоб балансувати між прямим заробітком і розв'язанням соціальних проблем [1]. Вже зараз суспільство запитує компанії про те, що вони роблять для підтримки України, і неодмінно цікавитиметься цим у майбутньому. Зокрема, про це свідчить результати дослідження галузевого підрозділу Google та дослідницької компанії Kantar. Дослідження показало, що понад 40% опитаних вважають переказ коштів на гуманітарну допомогу, підтримку переселенців та участь у волонтерській діяльності надзвичайно важливими складовими діяльності бренду. Втім, така уважність до позиції та соціальної активності брендів не обмежується дверима магазину – ціннісні питання цікавлять і потенційних співробітників при виборі працедавця, і місцеві громади при взаємодії з компанією [2].

Сьогодні діяльність бізнесу в сфері КСВ в першу чергу спрямована на:

допомога тимчасово переміщеним особам (проживання, гігієна, одяг, речі), сприяння Збройним Силам України та територіальній обороні, соціальна кухня (організація харчування, роздача їжі безкоштовно). Спочатку збір гуманітарної допомоги був дуже заплутаним, тому що те, що доставлялося, було дуже різним. Рішення цієї проблеми – європейські та українські хабові склади, які координують відправлення та допомагають перепаковувати товари. Велика кількість волонтерів, залучених до цієї роботи, і постійно необхідний контрольний список також допомогли. Тому Гуманітарний штаб Офісу Президента України розробив платформу, на якій запити та потреби узгоджені з можливими рішеннями. Сервіс має повноцінну CRM систему та розвинену логістику [2].

Корпоративна соціальна відповідальність завжди має великий вплив на репутацію компанії. Та під час війни потрібно внести певні корективи в цю політику. Серед прикладів того, як адаптується бізнес в нових умовах, можна виокремити такі:

- розробити бізнес-стратегію з урахуванням сталої допомоги армії,
- приділити увагу системного підходу до волонтерства,
- включити в комплекс заходів психологічну підтримку співробітників,
- співпрацювати з громадами та фондами на постійній основі,
- ініціювати проєкти, спрямовані на посилення безпеки, післявоєнної відбудови тощо [3].

Сьогодні в Україні стратегія КСВ спрацювала і проявилася на повну силу за обома напрямками — внутрішнім і зовнішнім.

Внутрішня КСВ стосується процесів у компанії, у центрі яких стоїть працівник:

- безпечні умови праці,
- стабільність і гідний рівень зарплати,
- медичне і соціальне страхування співробітників,
- інвестиції в людський капітал, зокрема у навчання працівників,
- надання допомоги співробітникам у складних ситуаціях.

Більшість з цих пунктів стали критично важливими саме зараз, під час війни. Так, найкращі компанії надають матеріальну і організаційну допомогу співробітникам, що вступили до лав ЗСУ і ТрО або тим, які вимушено переселилися з небезпечних регіонів (деякі фірми навіть оплачують проживання за кордоном). За можливості, відповідальний бізнес намагається зберегти колектив і не зменшувати зарплати. Навіть під час вимушеного простою такі компанії платять працівникам. Зовнішня КСВ – це те, що робить бізнес для широкого кола стейкхолдерів поза компанією:

- спонсорство і благодійність,
- сприяння охороні навколишнього середовища,
- продуктивна взаємодія з центральною владою і місцевими громадами,
- готовність допомагати у кризових ситуаціях (війна, аварії на інфраструктурних об'єктах тощо),
- власне відповідальність перед споживачами: випуск якісних товарів і надання професійних послуг.

В умовах тотального дефіциту коштів у держави, великий внесок у боротьбу з російською навалою та подолання її наслідків робить бізнес. Сплачувати податки наперед, закупати техніку і амуніцію для армії, допомагати мільйонам українців, які постраждали від бойових дій і потребують підтримки, — далеко не вичерпний перелік практик, які з повним правом можна віднести до КСВ воєнного часу [4].

Розвиток та адаптація КСВ відповідальних компаній в Україні сьогодні відповідно до реалій війни є не лише запорукою існування компанії чи утримання працівників, а й відіграє важливу роль в економічному та соціальному аспектах. Орієнтація на суспільство, а не на прибуток, активна діяльність у сфері КСВ, впровадження інновацій та цифровізації та двостороння прозора комунікація щодо своєї діяльності та підтримки, надання фінансової та етичної підтримки працівникам, розробка етичного кодексу для вирішення майбутніх етичних проблем дозволили багатьом компаніям вижити під час бойових дій, що тривають, щоб вижити та дотримуватися політики корпоративної соціальної відповідальності, вказівок і стратегій.

### Список використаних джерел:

1. Букресва Д., Денисенко, К. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52>
2. Євтушенко Г. В., Тимохова Г. Б. Аналіз форм реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу в умовах бойових дій в Україні. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна серія «Економічна»*, 2022, випуск 103 С.91-96.
3. Корпоративна соціальна відповідальність в умовах війни. Sostav. Веб сайт. URL: <https://sostav.ua/publication/korporativna-sots-alna-v-dpov-daln-st-v-umovakh-v-jni-94057.html>
4. КСВ воєнного часу. Топ-10 компаній. Dsnews.ua. Веб сайт. URL:<https://www.dsnews.ua/ukr/reitingi/ksv-voyennogo-chasu-top-10-kompaniy-22122022-471409>
5. Кравченко Ю.М., Антощенкова В.В. Фактори сталого розвитку економіки аграрного сектору *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. Сер. Економічні науки*. 2019. Вип. 200. С. 174-183. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg\\_2019\\_200\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg_2019_200_20)
6. Viktoriya Onegina, Vitalina Alekseevna Babenko, Yuliia Kravchenko, Yurii Vitkovskiy, Olga Anisimova. Management of Product Quality and Competitiveness of Agricultural Enterprises in the Context of International Integration. *International Journal of Information Technology Project Management (IJITPM)*, 2022, vol. 13, issue 2, 1-14 DOI: 10.4018/IJITPM.311845 <https://EconPapers.repec.org/RePEc:igg:jitpm0:v:13:y:2022>.