

Державний біотехнологічний університет

(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет економічних відносин та фінансів

(повне найменування інституту, назва факультету (відділення))

Кафедра «Глобальної економіки»

(повна назва кафедри (предметної, циклової комісії))

Кваліфікаційна робота

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

(рівень вищої освіти)

на тему: **«Соціальна відповідальність суб'єктів господарювання
в умовах воєнного стану»**

Виконала: студентка 4_курсу, групи
0513-206-01

напряму підготовки (спеціальності)
051 «Економіка»

(шифр і назва спеціальності)

«Економіка»

(освітня програма)

Апросіна О.Б.

(прізвище та ініціали)

Керівник **Антощенкова Віталіна Володимирівна**

(прізвище та ініціали)

Рецензент **к.е.н., доц. Луценко О.А.**

(прізвище та ініціали)

Харків - 2024 року

Державний біотехнологічний університет

(повне найменування вищого навчального закладу)

Інститут, факультет, відділення Факультет економічних відносин та фінансів

Кафедра, циклова комісія Глобальної економіки

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 051 «Економіка»

(шифр і назва)

Освітня програма «Економіка»

(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри к.е.н., доц. Філімонов Ю.Л.

“ _____ ” _____ 2024 року

З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Апросіна Ольга Борисівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи **«Соціальна відповідальність суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану»**

керівник роботи **д.е.н., доцент Антощенкова Віталіна Володимирівна**

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від “14” лютого 2024 року №02-02/150

2. Строк подання студентом роботи 10.06.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи праці вітчизняних та зарубіжних науковців, присвячені питанням соціальної відповідальності суб'єктів господарювання, матеріали науково-практичних конференцій, документи міжнародних організацій, офіційні статистичні дані, нефінансові звіти українських компаній, інформація опублікована на офіційних інтернет-сайтах вітчизняних та зарубіжних підприємств.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Формування та розвиток концепції соціальної відповідальності; Історико-теоретичні аспекти корпоративної соціальної відповідальності; Соціальна відповідальність суб'єктів господарювання; Аналіз ефективності соціальної відповідальності підприємств; Корпоративна соціальна відповідальність в Україні в умовах воєнного стану; Пріоритети розвитку соціальної відповідальності суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Підходи до визначення поняття соціальної відповідальності вітчизняними науковцями; Концепції з питань розвитку соціальної відповідальності бізнесу і суспільства; Характеристика моделей соціальної відповідальності суб'єктів господарювання; Інструменти реалізації моделей соціальної відповідальності суб'єктів господарювання; Елементи піраміди корпоративної соціальної відповідальності; Міжнародні принципи корпоративної соціальної відповідальності суб'єктів господарювання; Систематичні заходи щодо вдосконалення проєктів соціальної відповідальності під час війни в Україні; Етапи повномасштабної війни та їх вплив на розвиток агробізнесу України; Розподіл обов'язків щодо запропонованих дій суб'єктів господарювання у воєнний час; Оперативні та стратегічні кроки управління збереженням та відновленням підприємницької активності; Сценарії роботи підприємств під час війни.

6. Консультанти розділів роботи

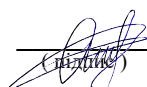
Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Антощенкова В.В.	Антощенкова В.В. (15.02.2024)	Апросіна О.Б. (15.02.2024)
II	Антощенкова В.В.	Антощенкова В.В. (10.04.2024)	Апросіна О.Б. (10.04.2024)

7. Дата видачі завдання _____ 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	РОЗДІЛ 1.	Лютий - березень 2024	Виконано
2	Висновки до розділу 1		Виконано
3	РОЗДІЛ 2.	Квітень - травень 2024	Виконано
4	Висновки до розділу 2		Виконано
5	Висновки та пропозиції	Червень – 2024	Виконано

Студент


Апросіна О.Б.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи


Антощенкова В.В.
(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

Вступ	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	11
1.1 Формування та розвиток концепції соціальної відповідальності.....	11
1.2 Історико-теоретичні аспекти корпоративної соціальної відповідальності.....	15
1.3 Соціальна відповідальність суб'єктів господарювання.....	21
Висновки до розділу 1	24
РОЗДІЛ 2. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ.....	26
2.1 Аналіз ефективності соціальної відповідальності підприємств	26
2.2 Корпоративна соціальна відповідальність в Україні в умовах воєнного стану.....	32
2.3 Пріоритети розвитку соціальної відповідальності суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану	36
Висновки до розділу 2	44
Висновки та пропозиції.....	46
Список використаних джерел.....	49

Анотація

Апросіна Ольга Борисівна. Соціальна відповідальність суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану. Кваліфікаційна (бакалаврська) робота. Спеціальність 051 «Економіка». Державний біотехнологічний університет, м. Харків

У роботі розкрито роль та місце соціальної відповідальності суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану та обґрунтовано значущість її впровадження у практику ведення бізнесу. Обґрунтовано теоретико-методологічні підходи до вивчення соціальної відповідальності суб'єктів господарювання. Визначено пріоритети розвитку соціальної відповідальності суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану. Виявлено, що сучасне суспільство живе в умовах гострих геополітичних, соціальних, економічних та екологічних проблем. Оскільки великий бізнес істотно впливає на розвиток суспільства і в його руках зосереджені значні фінансові та матеріальні ресурси, все більшого значення набуває корпоративна соціальна відповідальність (КСВ). Через багатогранність КСВ єдиного визначення цього явища не склалося, проте більшість наукових трактувань підкреслюють, що КСВ відображає сумлінне ведення бізнесу та його добровільну участь у покращенні життя суспільства. Разом з тим, хоча КСВ є приватною ініціативою, суттєвого розвитку вона набуває за рахунок стимулювання участі представників громадянського суспільства та влади. Запропоновано теоретичні висновки та практичні рекомендації в контексті майбутніх потреб розвитку системи соціальної відповідальності суб'єктів господарювання й оперативного реагування на виклики воєнного часу.

Ключові слова: соціальна відповідальність, суб'єкти господарювання, корпоративна соціальна відповідальність, агробізнес, ефективність, розвиток, воєнна агресія, заходи.

Annotation

APROSINA OLHA. Justification of the innovative strategy of the enterprise. Bachelor`s thesis. Speciality 051 – Economics. State Biotechnological University.

The work reveals the role and place of social responsibility of business entities in the conditions of martial law and substantiates the significance of its implementation in business practice. The theoretical and methodological approaches to the study of social responsibility of economic entities are substantiated. The priorities for the development of social responsibility of economic entities in the conditions of martial law have been determined. It was revealed that modern society lives in conditions of acute geopolitical, social, economic and environmental problems. Since big business has a significant impact on the development of society and significant financial and material resources are concentrated in its hands, corporate social responsibility (CSR) is becoming increasingly important. Due to the multifacetedness of CSR, a single definition of this phenomenon has not been developed, however, most scientific interpretations emphasize that CSR reflects the honest conduct of business and its voluntary participation in improving the life of society. At the same time, although CSR is a private initiative, it gains significant development due to stimulating the participation of representatives of civil society and the authorities. Theoretical conclusions and practical recommendations are offered in the context of future needs for the development of the system of social responsibility of business entities and prompt response to wartime challenges.

Key words: social responsibility, business entities, corporate social responsibility, agribusiness, efficiency, development. military aggression, measures.

Вступ

Війна в Україні радикально змінила умови функціонування бізнесу в Україні. Бойові дії призвели не тільки до масштабної міграції мирних мешканців, а й до релокації низки підприємств через ризики продовження діяльності в зоні бойових дій чи на суміжних територіях. Інші підприємства залишилися на місцях постійного перебування. Водночас більшість компаній виявилися не готовими до початку війни й не мали планів дій на випадок надзвичайних ситуацій або стратегій зменшення ризиків.

Проте для багатьох підприємств саме корпоративна соціальна відповідальність (далі – КСВ) стала засобом, що дав змогу подолати численні виклики, зумовлені війною. Зокрема, частина українського бізнесу у відповідь на воєнні загрози не лише продовжила роботу, дбаючи про своїх працівників, але й надавала допомогу місцевим громадам, армії, територіальній обороні та внутрішньо переміщеним особам. Таким чином, можна твердити про певне згуртування бізнесу навколо цілей перемоги. Намагання підприємств бути соціально відповідальними під час війни виражені тісно взаємопов'язаними діями, які можна вважати корпоративною соціальною відповідальністю у найвужчому значенні (закупівля та забезпечення товарів для потреб місцевих громад, лікарень тощо); благодійні внески, надання гуманітарної допомоги тощо); і корпоративною відповідальністю за дотримання прав людини, коли підприємства (часто інтуїтивно, а не на основі заздалегідь розроблених політик і процедур) намагаються визначити потенційний і реальний вплив своїх дій на права людини, беруть до уваги можливі сценарії розвитку воєнних дій, а також запобігають або мінімізують можливі несприятливі наслідки для своїх працівників, клієнтів і членів місцевої громади.

До повномасштабного вторгнення з великою часткою впевненості можна стверджувати про дестабілізацію економіки та становленні цивілізованих відносин між суспільством, державою та бізнесом. В країні поступово змінювалися пріоритети. Для того, щоб бути по-справжньому

сучасною компанією вже недостатньо постійно нарощувати прибуток, чесно сплачувати податки та заробітну плату. Компанії, що прагнуть зайняти чільне становище у суспільстві, поступово приходять до розуміння того, що декларовані раніше наміри про соціальну відповідальності справді стають важливою управлінською категорією, що забезпечує високу ділову репутацію, ринкову привабливість, а також розширені можливості доступу до капіталу.

У зв'язку з цим виникає проблема визначення соціальної відповідальності в сучасному суспільстві, а також її формування та реалізації в умовах воєнного стану. Таким чином, у рамках поставленої проблематики представляється важливим систематизувати подану інформацію про соціальну відповідальності і на цій основі розглянути її роль та значення у практиці управління компанією.

Значна кількість публікацій за темою корпоративної соціальної відповідальності як у зарубіжній, так і у вітчизняній теорії та практиці, орієнтується на міждисциплінарність досліджень ще раз доводять, по-перше, надзвичайну актуальність даних питань і, по-друге, необхідність переосмислення, систематизації та узагальнення існуючих теорій і концепцій у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Аналіз публікацій на тему бакалаврської роботи дозволяє зробити висновок про відносну вивченість різних аспектів проблеми соціальної відповідальності.

Дослідження соціальної відповідальності суб'єктів господарювання виділяється у міждисциплінарний науковий напрямок, у межах якого зарубіжні автори розглядають такі питання, як сталий розвиток (Дж. Елкінгтон, Н. Фінч та ін), бізнес-етика (А. Крейн, Д. Маттен та ін), корпоративне управління (Ф. Котлер, Дж.К. Роуї, А. Локет та ін), взаємодія зі стейкхолдерами (М.С. Бранко, Л.Л. Родрігез, С. Сакс та ін.), вплив міжнародних інститутів та стандартів (С. Пракаш Сеті, Г. Келл, та ін), проблеми законодавства (Л. Льюїс, М.В. Сігер та ін) і т.д.

Передумови розвитку соціально-відповідального агробізнесу в Україні,

а також його основні напрями проаналізовано в роботах: Гребеннікової А.А., Дейнеги М.В., Драбчук Т.І., Колосок А. М., Левківської Л.М., Макаренко П.М. Пахучої Е.В., Пономарьової М.С., Світличної А.В. та ін.

Сучасний етап розвитку уявлень про соціальну діяльність корпоративних структур в умовах воєнного стану ґрунтується на роботах таких науковців, як Білецька І., Гордовський А., Ільченко В.М., Каліна І., Коваль М., Кравчук Я.С., Кузьмін О. Є., Ляшук К., Романчукевич М., Станасюк Н. С., Серікова О., Червінська Л., Уголькова О. З., Червінська Т., Чернишов О., Шуляр Н. та інші.

Незважаючи на розробленість окремих аспектів, зазначених вище проблем, можна відзначити, що весь комплекс проблем є розрізнені напрями вивчення. Водночас така важлива тема, як стимулювання соціальної відповідальності господарюючих суб'єктів, вкрай актуальна в умовах повномасштабного вторгнення, досліджена недостатньо. Важливістю та необхідністю цілісного та конструктивного аналізу зазначеної проблеми визначається тема, мета та завдання дослідження.

Мета кваліфікаційної роботи: розкрити роль та місце соціальної відповідальності суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану та обґрунтувати значущість її впровадження у практику ведення бізнесу.

Для досягнення зазначеної мети було поставлено такі **завдання**: розглянути підходи до розуміння природи та сутності поняття «соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна відповідальність»; дослідити історико-теоретичні аспекти корпоративної соціальної відповідальності; вивчити складові соціальної відповідальності у практиці суб'єктів господарювання; розглянути особливості використання нефінансової звітності як одного з інструментів оцінки соціальної відповідальності компаній; розглянути пріоритети розвитку соціальної відповідальності суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану.

Об'єктом дослідження є соціально-відповідальна діяльність суб'єктів

господарювання в умовах воєнного стану.

Предметом дослідження є формування та реалізація соціальної відповідальності суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану.

Теоретико-методологічну основу дослідження склали фундаментальні положення, теорії та концепції, вироблені світовою та вітчизняною наукою в галузі соціології, економічної теорії, філософії, етики. В основу дослідження покладено загальнометодологічні принципи історизму, аналізу та синтезу, комплексний та соціокультурний підходи. Використання в роботі порівняльно-історичного методу дозволило найбільш повно і послідовно розглянути динаміку досліджуваного явища. Бакалаврське дослідження ґрунтується на теоретико-методологічних розробках вітчизняних та зарубіжних вчених про сутність, історичну типологію та основні положення концепції соціальної відповідальності суб'єктів господарювання.

Емпіричною базою для дослідження послужили аналітичні дані, опубліковані в науковій літературі та періодичних виданнях, документи міжнародних організацій, офіційні статистичні дані, нефінансові звіти українських компаній, інформація опублікована на офіційних інтернет-сайтах вітчизняних та зарубіжних компаній. Інформаційну основу роботи склав аналітичний огляд нефінансових звітів компаній, що працюють в Україні. У дослідженні використовується системний підхід із елементами моделювання, структурно-функціонального та компаративного аналізу.

Практична значимість: матеріали дослідження роблять внесок у подолання методологічних труднощів, що виникають щодо концепції соціальної відповідальності. Отримані в дослідженні результати доповнюють та розвивають існуючі уявлення про соціальну відповідальність, та можуть бути використані для подальшої розробки стратегії розвитку соціально-відповідального бізнесу, як необхідної умови сталого розвитку суспільства в умовах повномасштабної війни.

Апробація результатів дослідження. Основні положення роботи

доповідалися на: II Міжнародній науково-практичній конференції «Механізми протидії сучасним викликам і загрозам: досвід єс для України» (28-29 лютого 2024 р.); II Міжнародній науково-практичній конференції (14-15 березня 2024 р.); X-му Міжнародному форумі молоді «Молодь і індустрія 4.0 в XXI столітті» (4-5 квітня 2024 р.); Міжнародній науково-практичній конференції Технічний прогрес в АПВ (21-22 травня 2024 р.).

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Бакалаврська кваліфікаційна робота складається з вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури (57 найменування) та додатків. Загальний обсяг роботи – 74 сторінок, у тому числі основного тексту – 48 сторінок. У роботі міститься 12 таблиць, 4 рисунки, 11 додатків.

Список опублікованих праць за темою кваліфікаційної роботи:

1. Апросіна О.Б. Соціальна відповідальність агробізнесу. Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи [Електронне видання]: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., 14-15 березня 2024 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. Харків, 2024. С. 494-496.
2. Апросіна О.Б. Соціальна політика України в умовах війни. X-й Міжнародний форум молоді «МОЛОДЬ І ІНДУСТРІЯ 4.0 В XXI СТОЛІТТІ». Збірка матеріалів форуму. Харків: ДБТУ. 2024. С.340.
3. Апросіна О.Б. Сталий розвиток суспільства, як основа світової безпеки. II Міжнародна науково-практична конференція «Механізми протидії сучасним викликам і загрозам: досвід єс для України». Сумський державний університет (28-29 лютого 2024 р.). 2024. С. 148-150.
4. Апросіна О.Б. Співпраця бізнесу та держави. Технічний прогрес в АПВ: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 21-22 травня 2024 року / Державний біотехнологічний університет. Харків, 2024. С.419-421.
5. Апросіна О.Б. Соціальна відповідальність бізнесу України в умовах повномасштабної війни. Збірник студентських наукових праць. «Економічні перспективи». ХНАДУ. №14, Том 2. 2024. С.38-42.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

1.1 Формування та розвиток концепції соціальної відповідальності

Концепція соціальної відповідальності стала одним з провідних напрямків руху розвитку світової економіки в останні роки. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) передбачає відповідальне ставлення компанії до свого продукту, споживачів, працівників, а також допомогу у розв'язанні гострих соціальних проблем. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу дозволяє підтримувати базові цілі сталого розвитку, що є надзвичайно важливим для світової економіки. Наслідки військової агресії РФ призвели до визначення нових пріоритетів і задач в області забезпечення сталого розвитку із залученням у цей процес більш широкого кола суб'єктів. Післявоєнне відновлення України буде проходити з урахуванням вектору сталості. Це потребує значних ресурсів і консолідації зусиль держави, міжнародних організацій та національного бізнесу.

Корпоративна соціальна відповідальність – поняття не нове, але все ще дискусійне у світі бізнесу, в економіці та менеджменті. Сформувавшись як поняття в середині минулого століття, соціальна відповідальність пройшла тривалий еволюційний шлях розвитку, остаточно оформившись як цілісна наукова концепція з кінця XX і XXI ст. В даний час, у зв'язку з негативними тенденціями, що намітилися у світовій економіці (геополітичні та геоекономічні конфлікти, боргові кризи, від'ємні наслідки діяльності глобальних компаній, проблеми екології, триваюча диференціація та поляризація доходів, зростання соціальних ризиків та ін.), дискусія про мінливі системи координат (наприклад, багатополярність як нова геополітична модель світоустрою) і роль бізнесу в процесах, що відбуваються, посилюється.

Сьогодні як ніколи необхідні новий погляд на усталені наукові ідеї, теорії та концепції, критичний аналіз багатьох домінуючих положень економічної думки. Варто зауважити, що сама економічна теорія знаходиться в глибокій кризі, що не дозволяє їй вийти за вузькі рамки традиційних наукових підходів, аргументуючи зростаючий взаємозв'язок та взаємозумовленість соціальних та економічних функцій фірми.

Поняття соціальної відповідальності не нове, хоча все ще спірне у світі бізнесу та управління. Вже на початку XX ст. деякі підприємці на Заході висловлювали впевненість, що капітал зобов'язаний використовувати свої ресурси таким чином, щоб суспільство опинялося у вигазі. Займалися благодійністю успішні бізнесмени Е. Карнегі (виробництво сталі, побудував понад 200 публічних бібліотек), Д. Рокфеллер (заснував фонд Рокфеллера), Д. Морган (передав твори мистецтва, що належать йому, та історичні цінності музеям), Г. Форд (зробив свого часу найдешевший автомобіль). Добре відомі й соціальні експерименти Генрі Форда: він організував для робітників позиково-ощадну касу, створив соціологічний відділ, який аналізував матеріальне становище робітників, здійснював соціальні програми на своїх підприємствах, проводив політику підприємницької благодійності.

Розуміння соціальної відповідальності бізнесу, таким чином, розвивалося в рамках еволюції теорії фірми, її економічної складової, а також під впливом змін у поведінці фірми у ринковому середовищі. У свою чергу, ці трансформації передбачають і вибудовування певних відносин з усіма суб'єктами, так чи інакше залученими до її діяльності – працівниками, споживачами, постачальниками, місцевими органами влади, державою та суспільством загалом. Користуючись термінологією «мейнстріму», можна констатувати, що «при ухваленні рішення про те, що виробляти, як виробляти, для кого виробляти, соціально відповідальний підприємець (корпорація) керується не лише критерієм ринкової доцільності, прибутковості, а й критеріями, що враховують інтереси сторін. У класичній ринковій схемі

«провали» ринку компенсує держава. У новій концепції соціально відповідальний підприємець (у більш зрілій моделі – соціально відповідальна бізнес-спільнота) прагне хоча б почасти заповнити ці «провали» власними силами». На соціальну функцію підприємництва вказували Ф. Хайєк та Й. Шумпетер. Г. Форд на чільне місце ставив ідею служіння суспільству.

Можна сформулювати передумови становлення та розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

1. Сприятливі довгострокові перспективи у розвиток фірми. Соціальна діяльність може сприяти поліпшенню життя суспільства в цілому. У благополучному із соціальною точки зору суспільстві сприятливіші та умови для діяльності бізнесу. Отже, сприятливе соціальне середовище позитивно впливає на діяльність самого бізнесу.

2. Соціальна відповідальність бізнесу може вплинути на формування більш привабливого образу фірми, що в майбутньому сприятиме отриманню державних замовлень, пільгових кредитів, перемогам у тендерах.

3. Здійснення соціальних програм та соціально відповідальної поведінки може бути прибутковим. Хоча представляється складним проведення чітких причинно-наслідкових зв'язків між соціальними діями фірми та прибутком, існує думка, що підтримка соціально значимих справ робить свій внесок у довгострокову конкурентоспроможність і фінансову стійкість ділової організації (наприклад підтримка університетів, лікарень, шкіл. Вигоди, які має фірма від такої співпраці, очевидні: вона може брати на роботу перспективних та багатообіцяючих випускників, здійснювати лікування співробітників, що, у свою чергу, сприяє підвищенню мотивації тощо.

4. Наявність ресурсів для надання допомоги у вирішенні соціальних проблем. Як правило, великий бізнес має в своєму розпорядженні значними фінансовими ресурсами та здатний надавати реальну підтримку суспільству у вигляді реалізації соціальних проектів та програм, соціального інвестування.

5. Моральні зобов'язання фірми поводитися етично і соціально відповідально. Підприємства є частиною суспільства, тому норми моралі та правила поведінки притаманні їм так як і індивідуальним його членам. Більше того, закони не можуть охопити всі випадки життя, підприємство має виходити із соціально відповідальної поведінки, щоб підтримувати суспільство, в якому воно саме існує і здійснює свою діяльність.

6. Мета бізнесу – отримання прибутку, тому чи керівники і власники повинні прагнути до досягнення її оптимального рівня у довгостроковій перспективі. Але прибуток не може бути отриманий доти, доки не відшкодовано витрати виробництва, що включають і соціальні витрати. Менеджери повинні визначати ці витрати шляхом детального аналізу соціального балансу між фірмою та суспільством.

Сучасна парадигма соціальної відповідальності, відповідно до якої, під соціальною відповідальністю організації, на думку Бей Г.В. [32] розуміється сукупність випереджаючих зобов'язань перед суб'єктами із внутрішнього та зовнішнього середовища, а також дій щодо їх реалізації з метою забезпечення пріоритетних інтересів організаційного розвитку на основі балансування соціального розвитку та забезпечення стійкості при середовищних умовах середовища, що змінюються.

Буковинська М. П. визначає соціальну відповідальність, як «вольове соціально обумовлене відношення суб'єкта до панівних у суспільстві норм і цінностей, що виражається у свідомому виборі суспільно значимого варіанту поведінки і активної його реалізації» [36].

Селіверстова Л. С. та Лосовська Н. В. вказують, що соціальна відповідальність – це складне суспільне відношення, що полягає у свідомовольовому самообмеженні особою суб'єктивної свободи згідно з вимогами схвалюваної суспільством необхідності (позитивний, особистісний аспект), а рівно суспільному осуді пов'язаним з ним впливом [53, с.96].

В табл.1.1 проаналізовано підходи до визначення поняття соціальної відповідальності.

Таблиця 1.1

**Підходи до визначення поняття соціальної відповідальності
вітчизняними науковцями**

Автор	Соціальна відповідальність –
Л. С. Селіверстова Н. В. Лосовська [2, с.14]	добровільною, а не обов'язковою діяльністю, і вона має бути спрямована на стійкий розвиток суб'єкта господарювання із добросовісним виконанням міжнародних та державних нормативно-правових актів та підписаних у межах соціального партнерства угод, технічних, екологічних та соціальних стандартів, а також прийнятих на себе додаткових зобов'язань із задоволення економічних та соціальних потреб внутрішніх та зовнішніх зацікавлених осіб (власників, працівників, ділових партнерів, споживачів та громадськості загалом), що виконується згідно з чинним законодавством та міжнародними нормами поведінки
А. А. Гребеннікова [3]	політика підприємства, згідно з якою воно має враховувати інтереси суспільства, розуміти вплив власних дій та рішень на навколишнє середовище, споживачів, менеджерів, працівників, постачальників, партнерів та інших учасників бізнесу.
П.М. Макаренко [4, с.4]	це концепція, згідно з якою аграрне або будь-яке інше підприємство має враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив рішень і діяльності на нього та навколишнє середовище, споживачів, працівників, партнерів, постачальників, менеджерів та інших стейкхолдерів.
Е.В. Пахуча, М.С. Пономарьова [5, с.361]	є добровільне та свідоме виконання і дотримання соціальних норм, задоволення соціальних потреб працівників та партнерів підприємства, й інших учасників суспільства, а у випадку порушення цих норм, передбачає застосування заходів впливу, передбаченими цими нормами.

1.2 Історико-теоретичні аспекти корпоративної соціальної відповідальності

У сучасній інтерпретації відповідальність як соціальна категорія є найважливішим засобом, що забезпечує нормальне функціонування суспільних відносин. В разі, якщо як суб'єктів діяльності розглядати окремих індивідів, то можна говорити виключно про індивідуальну відповідальність. Однак розширене сприйняття та включення інших суб'єктів, зокрема соціальних груп та інститутів, дозволяє аналізувати відповідальність соціальному рівні.

Таким чином, розуміння того, що бути відповідальним може не тільки індивід, а й соціальна група, спільність, клас приводить нас до нового осмислення феномену відповідальності, а саме до соціальної відповідальності

організацій. В табл. 1.2 наведено історико-теоретичні аспекти корпоративної соціальної відповідальності.

Таблиця 1.2

Історико-теоретичні аспекти корпоративної соціальної відповідальності

Період	Наукові уявлення
XVI –XVII ст.	Зіставлення відповідальності з категоріями моралі та моральності, було зроблено висновок, що вільним від відповідальності стосовно інших, людина не може бути.
XVII – XVIII ст.	Вихід на перший план філософської проблеми співвідношення суспільних та приватних інтересів. В роботах А. Сміта, І. Канта, Ф. Гегеля та інших проявляються дві складові соціальної відповідальності підприємця, – необхідність відповідати правилам ринку та особисті моральні принципи. Завдяки положенням раціональності М. Вебера та ідеям Дж.С. Мілля та інших дослідників визначено, що приватна благодійність може бути мотивом для підприємця, проте до відповідальності, вона не мала прямого відношення [4].
Перша половина XX ст.	Проблематика «соціальної відповідальності» отримала розвиток в результаті синтезу попередніх ідей та загострення проблеми балансу інтересів суспільства, індивідів та соціальних груп (компанії). В економіці набули розвитку ідеї етичного фактору, неприпустимість зведення відповідальності підприємця лише до економічного інтересу та визначення рівня етичності за потребами, які породжує економічна система (Ф. Найт) [5]
Середина XX ст.	На формування ідеології соціальної відповідальності бізнесу вплинула концепція пріоритету не приватного, а суспільного (Т. Парсонс [4]), що дозволило стверджувати, що протиріччя між приватним інтересом бізнесу (вигода, прибуток) та інтересами суспільства (стабільність, успішний розвиток для більшості) мають вирішуватися бізнесом на користь суспільства як системи, частиною якої є сам бізнес (Г. Боуен) [1]
Друга половина XX ст.	Виникли класична концепція соціальної відповідальності бізнесу. Соціальні зобов'язання бізнесу, як поєднання економічних, правових, етичних та філантропічних практики вперше висунуті в концепції А. Керролла [3]. Концепція соціальної відповідальності бізнесу базується також на ідеї М. Фрідмана [7] про те, що при важливості бізнесу вкладати енергію та сили у власний розвиток, зв'язок економічної дії з соціальними також може приносити економічні вигоди бізнесу і суспільству загалом. Важливим теоретичним кроком слід вважати обґрунтування першочергової відповідальності бізнесу не перед суспільством загалом, а перед його конкретними зацікавленими групами – стейкхолдерами (Е.Фрімен) [8],[9],[10]
90-ті роки XX ст.	Вироблено загальне бачення соціальної відповідальності бізнесу, як категорії, пов'язаної з корпоративним сегментом. Важливо підкреслити, що КСВ все частіше визначається, як форма саморегулювання, інтегровану у бізнес-модель (А.Крейн). Концепція соціальної відповідальності розглядається в прямому взаємозв'язку зі сталим розвитком. З'являється концепція корпоративної стійкості, запропонована американським економістом та підприємцем Джоном Елкінгтоном (модель базується на концепції «трьох Р» (People, Planet, Profit)[11]).
XXI ст.	Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) стає одним із ключових стратегічних орієнтирів діяльності компаній. Хоча спочатку концепція КСВ була підтримана лише окремими ентузіастами, в наші дні впровадження КСВ стає життєвою необхідністю: бізнес усвідомлено бере на себе відповідальність за життя майбутніх поколінь і існування планети Земля в принципі.

В рамках аналізу історико-теоретичних аспектів КСВ виявлено комплекс наукових уявлень, що її сформували. До епохи Нового часу за рахунок зіставлення відповідальності з категоріями моралі та моральності було зроблено висновок, що вільним від відповідальності стосовно інших людям людина не може бути. Прогрес у розумінні ролі відповідальності у суспільство відбулося у XVII – XVIII ст. завдяки виходу на перший план філософської проблеми співвідношення суспільних та приватних інтересів. Щодо теорій низки філософів (А. Сміт, І. Кант, Г.В.Ф. Гегель та інших.) виявлено два універсальні, але спочатку протиставляються підстави соціальної відповідальності підприємця, - правила ринку (необхідність їм відповідати) та особисті переконання (моральні принципи), - конкретизовані з допомогою положень раціональності М. Вебер. Також завдяки ідеям М. Вебера, Дж.С. Мілля та інших дослідників визначено, що приватна благодійність може бути мотивом для підприємця, проте до відповідальності, як до норми, вона не має прямих стосунків.

У першій половині XX ст. проблематика «соціальної відповідальності» отримала розвиток в результаті синтезу попередніх ідей та загострення проблеми балансу інтересів суспільства та окремих його частин – індивідів та соціальних груп, під якими стали розумітися та компанії. А. Берлі та Г. Мінзом зроблено припущення, що керівництво корпорацій стає нейтральною технократією, що врівноважує різноманітність вимог різних груп у суспільстві та закріплює за кожною з них частину потоку доходів з урахуванням суспільної політики. В економіці набули розвитку ідеї етичного фактора, неприпустимість зведення відповідальності підприємця лише до економічного інтересу та визначення рівня.

На основі проведеного автором аналізу, розуміння соціальної відповідальності організацій розкривається через існуючі теорії, концепції, підходи: у тому числі можна назвати концепцію «служіння бізнесу суспільству», теорію корпоративного егоїзму, теорію корпоративного

альтруїзму, теорію розумного егоїзму, теорію соціально відповідального поведінки, концепцію «компанії власників, концепцію «компанії учасників».

Поняття корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) міцно увійшло в світову практику ведення бізнесу. Максимізація прибутку хоч і залишається пріоритетною, але далеко не єдиною метою компаній. Сьогодні багато хто з них вибудовує свою роботу з урахуванням потреб суспільства, активно беручи участь у реалізації різноманітних соціальних проєктів.

В суспільстві є два розуміння корпоративної соціальної відповідальності: вузьке, коли від компаній очікується виконання функцій, які в теорії притаманні будь-якому бізнесу: сплата податків, створення робочих місць, гідні умови роботи, виконання трудового кодексу та дотримання законодавства, тощо. І широкі – все, що виходить за межі цього «обов’язкового комплексу»: турбота про природу, допомогу населенню, користь для суспільства, порядність, патріотизм, увага до проблем місцевості локації бізнесу, благодійність, тощо.

Таблиця 2

Елементи піраміди корпоративної соціальної відповідальності

Рівень	Відповідальність	Пояснення
1	Економічна:	Це основа піраміди, і це обов’язок бізнесу залишатися прибутковим, щоб продовжувати існування. Це основа для всіх інших обов’язків, тому що якщо бізнес не працює, він не може досягти інших рівнів.
2	Юридична:	Компанії зобов’язані гарантувати, що вони дотримуються законів і правил країни та/або місця, де вони зареєстровані і ведуть бізнес. Дотримання правил, прийнятих керівними органами для забезпечення чесного та етичного ведення бізнесу, дозволяє організаціям продовжувати шлях до загальної корпоративної відповідальності.
3	Етична:	Цей рівень передбачає, що підприємства повинні працювати чесно та етично. Це може включати вихід за межі того, що вимагається законом, і внесення змін, які відображають етичне прийняття рішень бізнесом загалом.
4	Філантропічна:	Це верхній рівень піраміди, і це спроба бізнесу зробити корисний вплив на навколишнє середовище шляхом створення позитивних змін у суспільстві та/або в інших некорисливих сферах. Це може включати, наприклад, пожертвування на благодійні організації або наголос на сталих бізнес-практиках.

Професор Арчі Керолл опублікував свою модель піраміди в 1991 році і з того часу вона стала досить популярним інструментом у бізнесі. Він стверджував, що CSR (corporate social responsibility) може лише тоді стати реальністю, коли менеджери стануть моральними та повністю виключать аморальну поведінку. Піраміда визначає ієрархію відповідальності, щаблі якої створюють CSR: в основі знаходиться економічний чинник, далі йде законність, потім етичність, але в самій вершині піраміди стоїть благодійність. Керолл стверджував, що без цієї гармонії будь-яка компанія в результаті розориться, тому що світ бізнесу змінюється і більше не існуватимуть компанії, орієнтовані виключно на прибуток.



Рис. 1.1. Піраміда А. Керолла

Насамперед будь-яка компанія повинна думати про свій прибуток. Завдання досить просте – мінімум витрат, максимум доходів. Коли компанія твердо стоїть на ногах, можна подумати про інвестиції. У цьому випадку витрати збільшуватимуться, а дохід буде отримано не відразу.

Мінімальна вимога до будь-якого бізнесу: правова відповідальність. У багатьох країнах це означає: бути чесним щодо продуктів та сервісів, які ви продаєте; забезпечувати своїм співробітникам та клієнтам безпеку; не

знищувати довкілля; платити податки. У західному світі репутація компанії має першорядне значення. Якщо її буде спіймано та оштрафовано за незаконну діяльність, від неї відвернеться більшість клієнтів. Забезпечте своїх працівників та клієнтів достовірною та своєчасною інформацією.

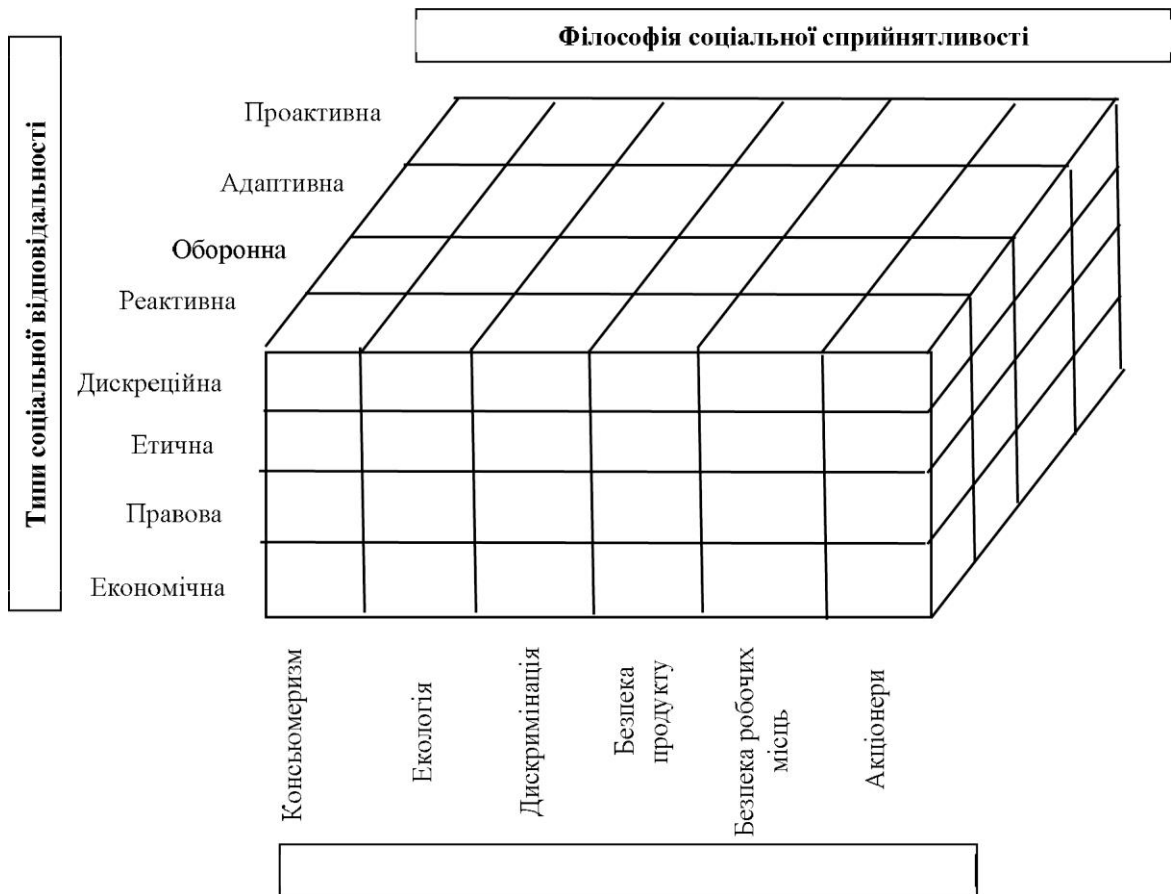


Рис. 1.2. Модель корпоративної соціальної діяльності А. Керолла

Етична відповідальність розширює ваші зобов'язання. Ви повинні визначити, що добре, а що погано, навіть якщо цього не вимагає закон. Наприклад, можете не структурувати свою компанію таким чином, щоби платити менше податків.

Необхідно адаптувати існуючі практики соціальної відповідальності з урахуванням історичних та соціокультурних особливостей розвитку нашої країни. Було доведено, що соціальна відповідальність у системі управління компаніями має глибоке історичне коріння.

1.3 Соціальна відповідальність суб'єктів господарювання

Сучасне суспільство розвивається в умовах гострих соціальних, економічних та екологічних проблем. Оскільки великий бізнес, як частина суспільства істотно впливає на його розвиток, все більшого значення набуває корпоративна соціальна відповідальність (corporate social responsibility (CSR)). Цінність КСВ полягає у мінімізації компаніями негативних наслідків своєї виробничої діяльності, у вирішенні проблем глобального та локального розвитку, у формуванні атмосфери передбачуваності, довіри та спільних цінностей у суспільстві. Бізнес завдяки КСВ стає більш стійким в економічному та соціальному плані, отримує можливість збільшення своїх нематеріальних активів.

Бізнес та суспільство – це взаємопов'язані елементи єдиного цілого. Реалізуючи свої основні економічні функції, компанії безпосередньо торкаються інтересів як окремих громадських груп, так і суспільства в загалом. У свою чергу здорове та розвинене суспільство є необхідним умовою подальшого ефективного зростання та процвітання бізнесу. Все це зумовлює необхідність становлення такого роду взаємодії, в ході якого бізнес повинен надавати максимально позитивний вплив на суспільство, не втрачаючи при цьому власну економічну ефективність. Внаслідок чого виникає загальна зацікавленість як ділового співтовариства, так і держави та суспільства у визначенні ролі бізнесу в Україні. Бо лише консолідація зусиль усіх суб'єктів суспільних відносин допоможе вирішити соціальні та економічні проблеми. Причому дуже важливо, щоб усі члени даної системи діяли на паритетних засадах, мали однакове уявлення про роль кожного із суб'єктів, а також використовували єдині стандарти та критерії, зокрема щодо соціальної відповідальності.

В Господарському кодексі України, суб'єктами господарювання визнаються учасники господарських відносин, які здійснюють господарську

діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством (ст. 55 ГК України)[2].

В сфері економічної конкуренції:

Суб'єкт господарювання – юридична особа незалежно від організаційно-правової форми та форми власності чи фізична особа, яка займається діяльністю з виробництва, реалізації, придбання товарів, іншою господарською діяльністю; будь-яка юридична або фізична особа, яка здійснює контроль над суб'єктами господарювання, група суб'єктів господарювання, якщо один або декілька з них здійснюють контроль над іншими.

Таблиця

Еволюція критеріїв ефективності діяльності організації

Показники епохи індустріального розвитку (фінансовий менеджмент - управління фінансовим капіталом)	Показники сучасного етапу суспільного розвитку (соціальний менеджмент – управління людськими ресурсами)
Доход на капітал (прибуток)	Конкурентна спроможність
Ефективність інвестицій	Ефективність персоналу
Витрати на капітал	Інвестиції в людину
Структура фінансового балансу	Кваліфікаційна структура персоналу
Зміни у фінансовому балансі	Зміни у складі персоналу
Амортизація основних фондів	Використання потенційних можливостей персоналу
План капітальних інвестицій	План розвитку персоналу
Структура капіталу	Структура мотивації персоналу (співвідношення фінансованої та змінної компенсації)
Капіталізація компанії – головна мета інвестицій	Соціальні інвестиції як фактор розвитку людського капіталу
Довгострокове та короткострокове фінансування	Проектування витрат на контакти з менеджерами, охорону навколишнього середовища, місцеву соціальну інфраструктуру
Мінімізація фінансових ризиків	Мінімізація соціальних ризиків

Поняття суб'єкта господарювання обґрунтоване теорією господарювання, яка виходить з того, що суб'єктами господарювання є

учасники господарських відносин, тобто організації та їхні структурні підрозділи. Окремі громадяни, якщо вони здійснюють підприємництво без створення підприємства, також мають визнаватися суб'єктами господарювання, а не суб'єктами цивільного права, як вважалося раніше, хоч їхній правовий статус потребує детального дослідження.

Отже, суб'єкти господарювання – це фізичні особи – підприємці чи організації, які на основі юридично відокремленого майна в межах своєї господарської компетенції безпосередньо здійснюють господарську діяльність і використання її результатів або управлінську діяльність в економіці.

Для того щоб корпоративна соціальна відповідальність та соціальні функції бізнесу розглядалися як невід'ємна складова діяльності сучасної компанії, внутрішньої норми, необхідно пройти, на наш погляд, певні стадії зрілості підходів як із боку всіх зацікавлених сторін, так і з боку самого бізнесу (рис.1).

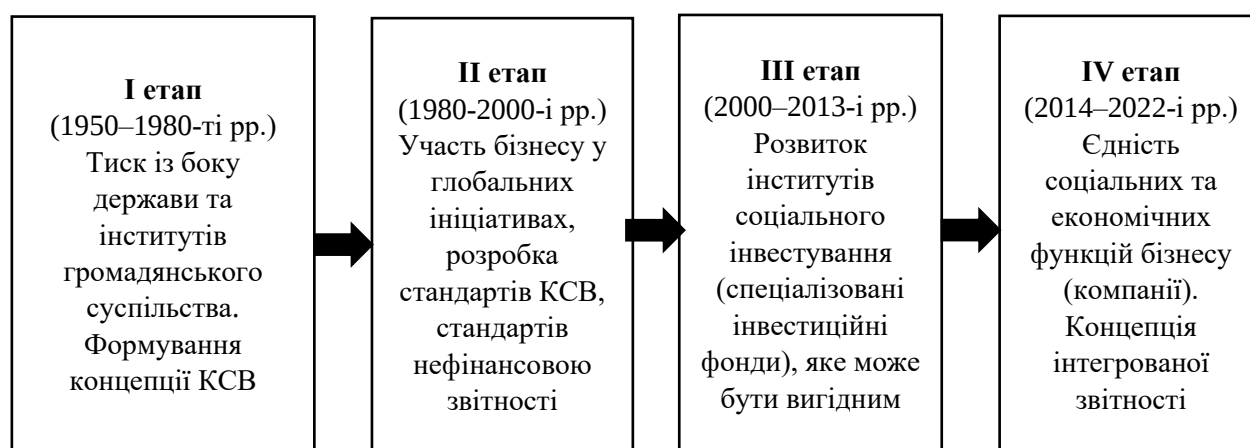


Рис. 1. Ступінь зрілості підходів до соціальних функцій бізнесу

У своєму дослідженні Гребеннікова А.А. [34] виділяє три моделі корпоративної соціальної політики, яка, поряд з корпоративною соціальною відповідальністю, може розглядатися як нетрадиційна технологія ведення та розвитку бізнесу у напрямі його соціалізації. Модель «традиційного конфлікту» ґрунтується на об'єктивних розбіжностях.

Висновки до розділу 1

Соціальна відповідальність – це відповідальність за соціальне середовище, що формує моральний клімат суспільства. Це відповідальність перед сьогоденням та майбутнім. Тому, усвідомлюючи свою громадську роль, компанії, як соціально відповідальні суб'єкти повинні сьогодні діяти таким чином, щоб не спричинити соціальний колапс у майбутньому.

Соціальна відповідальність – це ідеологічне уявлення про те, що організації та індивіди не повинні поводитись неетично чи діяти аморально, і мають прагнути (натомість) свідомо сприяти добробуту суспільства, що складаються з різних спільнот і зацікавлених сторін, у яких вони працюють і з якими взаємодіють.

Корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) зазвичай визначають як бізнес-модель, у якій компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми у свої бізнес-операції та взаємодію зі своїми зацікавленими сторонами замість того, щоб розглядати лише економічні прибутки.

Основні переваги корпоративної соціальної відповідальності: Створення репутації (компанія, яка має гарну репутацію, не має конкурентів. Іноді клієнти купують у неї товари та користуються її послугами навіть у тих випадках, коли вони дорожчі, ніж в інших компаній); підвищення сталого розвитку компанії (клієнти цінують турботу про них та навколишнє середовище, тому є лояльними і готові навіть допомагати у її розвитку); залучення та утримання талантів (деякі люди будуть прагнути працювати саме у вашій компанії, тому що ви робите добро людству. Ваші співробітники відчують, що належать до чогось більшого, ніж просто заробити гроші).

У роботі показано еволюцію наукових поглядів на природу та сутність поняття соціальної відповідальності, а також досліджено передумови та складові соціальної відповідальності організацій в Україні. Для побудови цілісної концепції відповідальності автором була виявлено необхідність єдності розгляду основних проблем: проблеми співвідношення особистості та

суспільства, а також загальнофілософської проблеми єдності свободи та необхідності.

Проблема відповідальності у різні історичні епохи розкривається неоднаково. Початок вивчення відповідальності було покладено філософами стародавнього світу. Подальший, більш детальний розгляд та теоретичний обґрунтування дана філософська категорія отримала у західноєвропейській філософії XVII-XVIII століть.

Поєднання прагнення у досягненні короткострокових економічних результатів із принципами соціальної відповідальності приносить компанії набагато більший довгостроковий ефект, виражений у зростанні іміджу та ділової репутації, підвищення інвестиційної привабливості, зміцнення згуртованості трудового колективу, а також збільшення прозорості у діяльності компанії для громадськості.

Оцінку ролі КСВ у розвитку суспільства дає системний підхід до неї, включає мікрорівень (практику компаній, що має універсальні підстави), і макрорівень (КСВ як інститут, що має ряд функцій і вимог). Інституційний розвиток КСВ дозволяє говорити про її системному характері у країні чи регіоні.

Виявлено, що сучасне суспільство живе в умовах гострих соціальних, економічних та екологічних проблем. Оскільки великий бізнес істотно впливає на розвиток суспільства і в його руках зосереджені значні фінансові та матеріальні ресурси, все більшого значення набуває корпоративна соціальна відповідальність (КСВ). Через багатогранність КСВ єдиного визначення цього явища не склалося, проте більшість наукових трактувань підкреслюють, що КСВ відображає сумлінне ведення бізнесу та його добровільну участь у покращенні життя суспільства. Разом з тим, хоча КСВ є приватною ініціативою, суттєвий розвиток вона набуває за рахунок стимулювання за участі представників громадянського суспільства та влади.

РОЗДІЛ 2 КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ

2.1 Аналіз ефективності соціальної відповідальності підприємств

Об'єктивна цінність КСВ для суспільства проявилася не тільки в конкретних проектах, що вирішують проблеми глобального або місцевого розвитку, вона виявилася набагато ширшою – КСВ дозволила мінімізувати компаніям негативний вплив своєї виробничої діяльності на суспільство і допомогла формувати передбачуваність, довіру, спільні цінності та соціальний капітал. Завдяки КСВ компанії стають важливим елементом системи очікувань різних груп суспільства і в цій ролі розвивають його інституційну структуру. Для бізнесу принципова цінність КСВ полягає в тому, що він стає більш стійким в економічному та соціальному плані та отримує можливості збільшення своїх нематеріальних активів.

Наприкінці 1990-х років. КСВ стала актуальною темою в Україні. Увага до проблеми відповідальності бізнесу була викликана багатьма факторами, і не в останню чергу веденням справ представниками постперебудовного бізнесу, які часто конфліктують з інтересами суспільства і держави.

Під час війни підприємства ніколи не діють нейтрально, а бізнес-операції завжди впливають на динаміку конфлікту. Повномасштабна війна Росії проти України спричинила глобальне погіршення політичної безпеки, продовольчої та енергетичної безпеки, а також появу великої кількості біженців та внутрішньо переміщених осіб (ВПО). На національному рівні це спричинило багато людських трагедій і збитків. З моменту повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну 24 лютого 2022 року підприємства в Україні зіткнулися зі значними проблемами, включаючи забезпечення безпеки та безпеки працівників, операційні проблеми з переміщенням операцій та персоналу, логістичні збої та інші проблеми. Більшість компаній виявилися неготовими до початку війни і не мали планів дій на випадок

надзвичайних ситуацій або стратегій зменшення ризиків [1, с.411]. Кілька міжнародних компаній негайно припинили свою діяльність відповідно до рекомендацій своїх урядів або на підставі своєї корпоративної політики. Водночас були підприємства, переважно національні, які продовжували свою діяльність, допомагали людям подолати перші дні війни, забезпечували доступ до товарів та послуг першої необхідності.

ВВП у 2023 році зріс на 5,3%. Відновлення відбувалося проти слабкої бази порівняння першого року великої війни, тому найсильніше зростання було в найбільш постраждалих галузях. Так, обсяг будівництва зріс на 24,6% у реаль У 2023 році економіка України повернулася до зростання, відновлення триватиме й у наступні роки. В 2024 році інфляція скоротиться до 8,6% із попереднього прогнозу у 9,8%, а ВВП зросте на 3,6%. Економіка відновлювалася впродовж усього минулого року завдяки високій адаптивності бізнесу та населення до умов війни та м'якій фіскальній політиці, що підтримувалася масштабним міжнародним фінансуванням. ному вимірі, переробної промисловості – на 13,8%.

Для управління програмою реалізації стратегії за кожним агрегованим КРІ можуть бути розроблені цільові показники нижчого рівня, у тому числі показники для кожного співробітника, що визначаються за ступенем його відповідальності за різні соціальні, екологічні та фінансові результати підприємства. Цей захід також забезпечить трансляцію принципів корпоративної соціальної відповідальності на усі рівні функціонування організації.

У перші місяці повномасштабного російського вторгнення Центр КСВ розробили Каталог внесків бізнесу в російсько-українську війну. У каталозі представлені приклади внесків компаній у боротьбу з вторгненням Росії. Каталог містить 328 прикладів, з яких 26 спрямовані на підтримку працівників, переважно екстреного характеру: переїзд або евакуація; надання психологічної підтримки; надання фінансової підтримки; програми для дітей співробітників.

Під час обговорень у фокус-групах багато респондентів змішували поняття КСВ та заходами у сфері бізнесу та прав людини. На відміну від БПЛ діяльності, коли підприємства діють більш інтуїтивно та рідше, заходи в рамках КСВ впроваджуються часто. На початку це була специфічна діяльність, яка згодом перетворилася на окремий вид бізнес-діяльності. Більше року багато підприємств допомагають громадам, армії, міжнародним та національним неурядовим організаціям.

Допомога міжнародним і місцевим НУО: сільськогосподарська компанія «Астарта» надавала підтримку продовольчим і гуманітарним місіям. З березня 2022 року «Астарта» доставляє гуманітарні вантажні Всесвітньої продовольчої програми ООН. В рамках спільного проєкту із Міжнародною організацією праці, Міністерством закордонних справ Данії, Посольством Данії в Україні та Федерацією роботодавців України сформували і доставили у Харків та Миколаїв понад 3 500 продуктових наборів.

Безоплатне надання товарів і послуг та допомога громадам: Харківський волонтерський продовольчий кластер складався з близько чотирьох десятків кафе, які передавали продукти, а також власні кухні та інші приміщення для приготування їжі військовим, лікарням, пологовим будинкам, а також харків'янам, що знаходилися в бомбосховищах. Компанія дитячих товарів «Антошка» передала підгузки та дитяче харчування на суму 250 тисяч грн.

Зміни у виробництві продукції: Косметичний бренд VESNA з Бучі, Київська область, почав випускати фронтові набори для військових (300 лікувальних мазей і кремів для рук було відправлено на фронт). Компанія роздала бучанцям продукцію зі свого екомагазину. На допомогу армії та громаді було витрачено понад 800 тисяч грн. Кілька компаній виготовлення модного одягу почали шити військову форму. Після 24 лютого 2022 року компанія «Аякс» випустила застосунок для оповіщення людей про повітряну тривогу.

Сплата податків авансом: На початку війни багато великих компаній сплачували податки наперед, що стало значною підтримкою українській економіці. За даними каталогу внесків компаній, загальна сума сплачених авансом податків становила 10 млрд. грн.

Волонтерство: Багато працівників стали волонтерами. При цьому 84% керівників малого й середнього бізнесу вважають, що волонтерство й допомога армії змогли підвищити командний дух компанії у складний період.

Підтримка постачальників: Були приклади, коли суб'єкти господарювання спеціально підвищували закупівельні ціни, щоб підтримати партнерів у складній ситуації.

Учасники фокус-груп не виробили спільну позицію щодо того, який вид діяльності є більш соціально відповідальним в умовах війни. Деякі учасники вважають, що міжнародні компанії частіше мають усталені практики роботи з персоналом і намагаються їх дотримуватися під час кризи. З іншого боку, українські підприємства часто більше опікуються внутрішніми проблемами країни, мають патріотичну спрямованість, працюють на перемогу та максимальне збереження людського потенціалу. Відповідно, це питання залишається дискусійним.

Думки щодо того, чи може місцева влада щось зробити для стимулювання соціально відповідального бізнесу, різні. З одного боку, деякі представники місцевої влади вважають, що надання місцевою владою будь-яких преференцій для бізнесу має великі корупційні ризики.

З іншого боку, в більш стабільних ситуаціях деякі респонденти з органів місцевого самоврядування зазначають, що вони готові розглядати можливість поглиблення співпраці, якщо уряд визначить конкретні правила: які пільги та преференції слід надавати, а які ні, щоб діяти в межах законодавства про запобігання корупції.

Згідно з кабінетним дослідженням, сектори економіки, де неможлива віддалена робота та За даними кабінетного дослідження, галузі економіки, в

яких неможлива дистанційна робота та які працюють безпосередньо з людьми, найбільше постраждали від війни Росії проти України. Практично зникли такі галузі, як повітряний транспорт, морський транспорт, портова інфраструктура.

Друге місце серед найбільш постраждалих від війни галузей посіли ті, що потребують найбільших інвестицій або безпосередньо пов'язані з логістикою, наприклад машинобудування та туризм. Найбільший відсоток підприємств, які повністю або частково припинили роботу, сягає 84% у сфері туризму, 70% у ЗМІ, 58% у будівництві, 50% у машинобудуванні. Також постраждали сільське господарство (40%) та нерухомість (53%). Бізнес постраждав у перший місяць повномасштабного вторгнення, коли внаслідок бойових дій (ракетними ударами та бомбардуванням) було цілеспрямовано знищено велику кількість підприємств, особливо на сході країни. Гірничо-металургійна промисловість, яка разом із аграрним сектором забезпечувала левову частку українського експорту та мала один із найвищих рівнів оплати праці до війни, нині має чимало проблем. В Маріуполі, який перебуває поза контролем уряду України, Україна втратила два великих металургійних підприємства: «Азовсталь» і ММК імені Ілліча, на яких припадало понад 40 відсотків металургійного виробництва країни. Інші металургійні гіганти з початку літа 2022 року працюють на 20% своїх потужностей. Як і очікувалося, ІТ виявилися найстабільнішим сектором економіки. У безпечніших регіонах є галузі, які розвиваються, зокрема послуги охорони здоров'я, транспортні послуги, послуги поштового зв'язку та ресторанні послуги.

На початку повномасштабної війни цінність виживання домінувала над цінністю розвитку, а цінність людського життя – над прибутковістю. Гнів взяв верх над страхом, і це дало імпульс до загальнонаціонального спротиву [2, с.98]. Як похідна від загостреної потреби у безпеці та захисті, різко зросла цінність держави, центральної влади, у порівнянні з локальними центрами суспільного управління та характерним для українського малого і середнього бізнесу бажанням триматися якомога далі від держави. Раптом державні

інституції (у першу чергу, оборонні) потребують уваги та підтримки з боку бізнесу. І він взяв на себе цю відповідальність. Тут можемо говорити про народження не соціально, а національно відповідального бізнесу, оскільки мова йде про масову участь у формуванні та виживанні нації.

Війна змотивувала гуртуватися, щоб вижити. Змусила довіряти там, де в мирному житті ми б не ризикнули. З цього досвіду має прорости оновлена культура довіри. Війна змусила жертвувати.

Вітчизняні підприємства передавали власні кошти на потреби Сил оборони, завозили з-за кордону необхідне обладнання для військових та медиків, віддавали свої приміщення і склади під гуманітарні потреби, організовували волонтерські штаби та збирали допомогу, забезпечували прихисток і лікування для мільйонів переселенців та людей, які постраждали від війни. Попри такі нелегкі часи бізнеси не забували і про власний розвиток та робили усе, щоб зберегти та розширити свою діяльність – адже від обсягу сплачених податків залежало те, яке фінансування отримає військо.

Таблиця 2.1

Розподіл обов'язків щодо запропонованих дій суб'єктів господарювання у воєнний час

Пропонована ініціатива	Посади та обов'язки відповідальних керівників	Умови реалізації
Фінансування закупівель військово-технічної допомоги	Представник відділу фінансового забезпечення	Правильний розподіл технічної допомоги
Постачання медикаментів для забезпечення потреб лікарень та Збройних Сил України	Ініціативні волонтери організації	Пунктуальність у процесі доставки
Благодійність «День Збройних Сил»	Адміністрація підприємства та керівники структурних підрозділів	Адміністративна робота з персоналом та фандрайзингова діяльність
Здавання крові й плазми пораненим або травмованим військовим або цивільним	Представник медпункту організації	Організаційна робота серед працівників, підготовка приміщень та обладнання

2.2. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні в умовах воєнного стану

Агробізнес може отримати різноманітні переваги від посилення соціальної відповідальності та залучення громади, наприклад підвищення ефективності та продуктивності за допомогою стійких і етичних практик, зміцнення репутації та іміджу бренду, пом'якшення ризиків і проблем, а також створення цінності та впливу [2, с. 206]. Застосовуючи більш стійкі практики, агробізнес може зменшити відходи, заощадити кошти, оптимізувати ресурси та підвищити якість та інновації. Демонстрація їхньої прихильності до соціальних і екологічних справ може підвищити їхню довіру, лояльність і диференціацію на ринку. Взаємодія із зацікавленими сторонами допомагає передбачати та реагувати на нові проблеми, такі як нормативні зміни чи вимоги споживачів, уникаючи негативного впливу та шкоди репутації. Нарешті, внесок у добробут суспільства та навколишнього середовища може призвести до позитивних результатів, таких як покращення продовольчої безпеки або зменшення бідності. Кернел – найбільший в світі виробник і експортер соняшникової олії, провідний виробник і постачальник сільськогосподарської продукції з регіону Чорноморського басейну на світові ринки. Вертикально-інтегрована структура Компанії будується на тісно пов'язаних між собою бізнес-сегментах: виробництво, експорт і внутрішній продаж соняшникової олії; високотехнологічне рослинництво; експорт зернових культур; надання послуг зі зберігання і перевалки зерна на елеваторах і портових терміналах. Кернел щорічно підтверджує беззаперечне лідерство в усіх напрямках діяльності в регіонах присутності і світових рейтингах. З 2007 року акції Компанії торгуються на Варшавській фондовій біржі. Акціонери Компанії – європейські інституційні інвестори, пенсійні фонди.

Глобальна мета Компанії у сфері сталого розвитку і соціальної відповідальності – розвиток суспільства шляхом добровільного внеску бізнесу

в соціальну, економічну і екологічну сфери, пов'язані з діяльністю і досягненням стратегічних цілей Компанії.

Соціальна мета: розвиток потенціалу людей, забезпечення охорони праці і здоров'я, створення умов для самореалізації і професійного розвитку співробітників, внесок у вирішення соціально значущих проблем і розвитку громад в регіонах присутності.

Економічна мета: досягнення максимальних показників прибутковості шляхом ефективного використання ресурсів, впровадження новітніх технологій, постійного вдосконалення процесів, прозорого та відкритого ведення діяльності. Компанія прагне до впровадження інновацій, бережливо обробляє землю і виготовляє продукцію високої якості, яка відповідає міжнародним стандартам якості, діловій бізнес-етиці та потребам клієнтів.

Екологічна мета: максимізація енергоефективності, мінімізація негативного впливу на навколишнє середовище, зниження рівня викиду парникових газів, переробка і мінімізація відходів, збереження властивостей землі до відновлення.

Керівні принципи компанії: відповідність міжнародним стандартам, Корпоративному Кодексу, внутрішнім Політикам Кернел; інтеграція зі стратегією діяльності Компанії, підвищення ефективності і довготривалої стійкості бізнесу; інноваційний розвиток, внутрішнє підприємництво; чесність, відкритість і прозорість; нульова толерантність до шахрайства і корупції; повага до інтересів і конструктивний діалог у відносинах із зацікавленими сторонами; відповідальне лідерство і дотримання етичних норм; рівні можливості, культура поваги та довіри; забезпечення гідних та безпечних умов праці, пріоритет збереження життя і здоров'я співробітника у відношенні до результатів виробничої діяльності; толерантність, підвищення якості життя та благополуччя населення і соціальної підтримки в регіонах присутності Компанії; відповідальне та раціональне використання ресурсів у виробництві; захист навколишнього середовища і збереження земельних

ресурсів. В табл. 2.2 подано концепцію сталого розвитку і соціальної відповідальності компанії Кернел.

Таблиця 2.2

Концепція сталого розвитку і соціальної відповідальності Кернел

I. Кернел – відповідальний роботодавець	✓ Команда – ключовий актив Компанії, рушійна сила її розвитку та джерело конкурентних переваг. ✓ Трудові відносини, охорона праці та здоров'я співробітників ✓ Розвиток потенціалу людей
II. Кернел – соціальний інвестор і суспільний лідер	✓ Здійснюється підтримка місцевих громад в регіонах присутності Компанії за соціальними напрямками (освіта, медицина, спорт та ін.) ✓ Реалізуються проекти щодо благоустрою інфраструктури населених пунктів в регіонах присутності підприємств Компанії ✓ Соціальні інвестиції реалізуються Благодійним фондом «Разом з Кернел» ✓ Компанія бере активну участь в суспільних та галузевих профільних організаціях
III. Кернел – надійний партнер	✓ Етичне ведення бізнесу. ✓ Прозорість та чесність – передумова успіху у відносинах зі співробітниками підприємств, акціонерами, інвесторами, фінансовими організаціями та асоціаціями, постачальниками і партнерами, клієнтами, державними органами, міжнародними організаціями, громадськістю та ЗМІ. ✓ Кернел прагне ефективно взаємодіяти із зацікавленими сторонами, вести конструктивний діалог на основі принципів поваги, ділового партнерства, чесної конкуренції, добросовісного дотримання взятих на себе обов'язків. ✓ Правдивість і відкритість інформації – основа діяльності Компанії.
IV. Кернел – відповідальний виробник	✓ Якість і безпечність ✓ Охорона навколишнього середовища

Підприємства агробізнесу можуть підвищити свою соціальну відповідальність і залучення громади, провівши аналіз зацікавлених сторін, щоб визначити пріоритети ключових зацікавлених сторін, розробити стратегію та план дій, виміряти та звітувати про ефективність і вплив, а також шукати партнерства та співпрацю [3, с. 8]. Вони повинні розуміти потреби, очікування та відгуки зацікавлених сторін, визначати своє бачення, місію та цілі щодо соціальної відповідальності та залучення громади, розробляти та впроваджувати конкретні політики, практики та ініціативи, які відповідають їм, контролювати та оцінювати їхній прогрес і результати, повідомляти про них своїм зацікавленим сторонам, використовуючи показники, стандарти та рамки, а також використовувати досвід, ресурси та мережі інших організацій,

які поділяють їхні цінності та цілі. Досвід роботи з 2007 року дав компанії UkrLandFarming [4] розуміння, які цінності важливі для компанії як бізнесу та яку відповідальність компанія несе як лідер агроринку (табл.2.3).

Таблиця 2.3

Цінності та відповідальність компанії UkrLandFarming

Цінності	Пояснення
Ми дотримуємось закону	Це основа, якою ми керуємося на всіх напрямках діяльності нашої компанії, на всіх територіях присутності.
Ми поводимося чесно	Ми конкуруємо, при цьому дотримуючись етики. Ми не пропонуємо або не приймаємо хабарі чи неприйнятні подарунки. Ми поважаємо закони та правила конкурентного середовища.
Ми виконуємо зобов'язання	Ми хочемо довіряти та хочемо, щоб довіряли нам. Ми укладаємо угоди, які можемо виконати.
Ми поважаємо людей	Їх унікальність та прагнення. Люди – найцінніший капітал для нас. Ми дбаємо про них, забезпечуючи безпечні місця роботи, професійний розвиток та ринкові умови компенсації.
Ми є професійними	Все що ми робимо – ми робимо самовіддано. Ми постійно розвиваємо свої професійні навички, щоб застосовувати передові технології та знання. Це допомагає нам бути ефективними як бізнес та продуктивними як компанія, піклується про добробут людей.
Ми ведемо соціально відповідальний бізнес	Ми оперуємо на величезній території та постачаємо продукти харчування по всьому світу. Ми усвідомлюємо свій вплив і тому відповідально дотримуємось вимог щодо охорони навколишнього середовища, піклуємося про громади та поширюємо знання.

Цінності UkrLandFarming є основою довіри до компанії клієнтів, акціонерів, партнерів, співробітників та громад. UkrLandFarming розуміє необхідність дотримання принципів, які створюють міцні відносини між нами. Цінності та правила поведінки UkrLandFarming – результат багаторічного досвіду роботи. Цінностями керуються співробітники при прийнятті рішень, вони формують культуру всередині компанії та відносини довіри зовні.

Група Ukrlandfarming, відповідно до своєї місії та впливу в аграрній індустрії України, усвідомлює важливість співпраці як усередині бізнес-середовища, так і між бізнесом, державою та суспільством. Кооперація та спільна взаємодія дозволяють усім учасникам плідно захищати свої інтереси на внутрішньому та міжнародному ринках, запроваджувати прогресивні форми соціального розвитку, цивілізовано вирішувати спірні питання, покращувати інвестиційну привабливість України на світовому арені.

UkrLandFarming вважає, що у світі все взаємопов'язане. Простір виробництва UkrLandFarming – це земля, яка дає зерно, це тварини, яких ми годуємо зерном, це технології та знання. UkrLandFarming організує високоефективний та безпечний цикл виробництва та забезпечує добробут людей та їх задоволення від високоякісних продуктів харчування. Компанія вирощує зерно, виробляє яйця, молоко та м'ясо, переробляє їх на різні види продуктів харчування та транспортує на ринки для споживання в Україні та більш ніж у 40 країн світу; годує тварин найновішими кормовими продуктами, які самі виготовляє; дбайливо утилізує відходи виробництва та навчає фермерів застосуванню відходів як ефективних добрив на землі; взаємодіє з лідерами громад на території присутності, щоб дбати про місця, де ми живемо та працюємо; створює нові робочі місця у віддалених регіонах України і таким чином досягає однієї зі своїх соціальних цілей – забезпечення добробуту якомога більшої кількості людей; бере активну участь у роботі міжнародних бізнес- та галузевих асоціацій.

Агробізнес зобов'язаний взаємодіяти зі своїми громадами та посилювати свою соціальну відповідальність. Цього можна досягти різними способами, наприклад, запровадження сталих методів ведення сільського господарства, які зберігають ґрунт, воду, енергію та біорізноманіття; забезпечення справедливих і гідних умов праці для своїх працівників, підрядників і постачальників; забезпечення безпечними та поживними харчовими продуктами, які відповідають стандартам якості та містять мінімальну кількість добавок та консервантів; а також підтримка місцевих громад і розвитку шляхом отримання джерел від місцевих фермерів, інвестування в освіту та охорону здоров'я, пожертвувань на благодійні організації та участі в громадській діяльності.

2.3 Пріоритети розвитку соціальної відповідальності суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану

Для розвитку практики корпоративної соціальної відповідальності в

Україні потрібна участь усіх компонентів цієї моделі – бізнесу, держави та суспільства. Для українських компаній розвиток практики КСВ має розпочатися зі зміцнення існуючих економічних, екологічних та соціальних зобов'язань, які на даному етапі, незважаючи на розпорядження з боку закону, виконуються не завжди сумлінно і не повною мірою.

Далі компаніям необхідно досягти концептуального розуміння суті КСВ як у загальному плані, так і стосовно конкретним умовам цієї організації. Усвідомлення відповідальності має бути формалізоване в ключових документах організації – відповідної стратегії, політики та процедур, а також шляхом призначення відповідальних осіб та підрозділів компанії. І загальне розуміння ролі КСВ для таких суб'єктів господарювання, та конкретні інструкції з дотримання даних принципів у повсякденній робочій діяльності з часом можна «каскадувати» в організації вниз по вертикалі.

Наступним кроком для компанії може стати розробка системи вимірювання ефективності та моніторингу діяльності з КСВ. Так, потенційно можливою є адаптація в українських умовах кращої міжнародної практики, в рамках якої показник сталого розвитку / корпоративної соціальної відповідальності інтегрується у загальну систему ключових показників ефективності (KPI) при оцінці діяльності вищого керівництва.

Розроблена система соціально-економічних KPI в області КСВ, систематизована в табл. 2.4. Стосовно кожної основної групи зацікавлених сторін пропонується по п'ять показників. Таким чином, компаніям рекомендується послідовно інкорпорувати соціальну відповідальність у політику компанії, впроваджувати КСВ у системи управління та процедури компанії, вибудовувати системи комунікацій із заінтересованими сторонами та включати соціальні та екологічні показники системи моніторингу діяльності підприємства за ключовими показниками ефективності (KPI).

Таблиця 2.4

Система соціально-економічних КРІ у сфері КСВ

Зацікавлені сторони	КРІ
Співробітники (розраховується за результатами соціопитувань)	Показник плинності персоналу (%)
	Рівень задоволеності працівників підприємства реалізацією корпоративної соціальної політики (%)
	Кількість працівників, що пройшли навчання за рахунок компанії (чол.)
	Сума коштів, спрямованих на соціальне забезпечення (грн)
	Кількість трудових спорів, у тому числі з питань порушення етики (шт.)
Акціонери та інвестори	Кількість залучених інвесторів (чол.)
	Сума залучених інвестицій (грн)
	Кількість проведених заходів із залучення інвесторів (road show) (шт.)
	Сума виплачених дивідендів (грн)
	Сума завданих акціонерами та інвесторами збитків внаслідок актуалізованих ризиків у сфері КСВ (грн)
Споживачі (розраховується за результатами соціопитувань)	Частка лояльних споживачів загальною кількістю споживачів (%)
	Рівень задоволеності товарами/послугами, що надаються (%)
	Кількість поданих претензій та спорів, пов'язаних з неналежною якістю наданих товарів/послуг (шт.)
	Кількість проведених інформаційних заходів у галузі захисту здоров'я та безпеки споживачів (шт.)
	Кількість виявлених випадків порушення безпеки даних та забезпечення конфіденційності споживачів (шт.)
Постачальники (розраховується за результатами опитувань)	Рівень задоволеності практикою співпраці (%)
	Кількість постачальників, які відповідають етичним вимогам (чол.). Етичні вимоги формалізовані у Політиці відповідальних закупівель.
	Кількість розірваних контрактів (шт.)
	Кількість місцевих постачальників (шт.) В рамках дотримання політики підтримки місцевого соціально-економічного розвитку
	Кількість поданих скарг на недобросовісну ділову практику (шт.)
Держава	Створені робочі місця (шт.)
	Обсяг податкових відрахувань (грн.)
	Своєчасне складання звітів в різні відомства (Прострочених днів)
	Кількість штрафів, накладених за порушення трудового, пенсійного та соціального законодавства (шт.)
	Сума штрафів, накладених за порушення трудового, пенсійного та соціального законодавства (грн.)
Місцева спільнота	Обсяг спрямованих у місцеве співтовариство відрахувань на благодійність (грн.). Необхідно чітко розділяти благодійність та спонсорство.
	Обсяг соціальних інвестицій в інфраструктуру місцевого співтовариства (грн.)
	Кількість проведених зустрічей з представниками місцевого співтовариства (шт.)
	Кількість партнерств з некомерційними організаціями (шт.)
	Кількість скарг на недобросовісну ділову практику (шт.)
Бізнес спільнота	Кількість залучених ділових партнерів (шт.)
	Кількість партнерств із діловими організаціями (шт.)
	Кількість ініціатив реалізованих спільно з партнерами (шт.)
	Кількість галузевих та регіональних заходів, у яких компанія взяла участь (шт.)
	Кількість скарг на недобросовісну ділову практику (шт.)

Таблиця 2.5

Сценарії роботи підприємств під час війни

СЦЕНАРІЙ	Чинники:
1 – Діяльність в умовах активних бойових	▪ відсутність безпечних умов і, як наслідок, необхідність переміщення людей ▪ закриття міжнародних компаній через небезпечні умови ▪ руйнування критичної інфраструктури та труднощі з ремонтом ▪ порушення ланцюгів постачання ▪ продовження роботи місцевих підприємств через краще розуміння контексту та відсутність альтернативного плану, оскільки працівники не бажають переїздити ▪ продовження роботи комунальних і державних підприємств, часто з високим ризиком для безпеки працівників, наприклад, для забезпечення водо- чи газопостачання, чи вивезення сміття, навіть під час активних обстрілів; або для здійснення евакуації людей потягами.
2 – Діяльність на територіях поза контролем уряду України	Цей сценарій є найризикованішим з точки зору міжнародного гуманітарного права (МГП), загальновизнаного набору міжнародних правових норм, зокрема з точки зору рамок ведення бізнесу, застосовних до ситуацій збройного конфлікту. В Україні введено заборону на здійснення господарської діяльності на території, непідконтрольній уряду України; покарання за це може включати кримінальну відповідальність.
3 – Діяльність в на територіях, що постраждали від війни, та переміщення до безпечніших західних областей України чи за кордон	За сценарієм 3, підприємства працюють у більш-менш звичному режимі, за винятком переміщених підприємств. Хоча ці території не є безпечними, оскільки після 11 жовтня 2022 року окремі населені пункти чи об'єкти критичної інфраструктури потрапляли під обстріли, підприємства продовжують там працювати. В деяких районах спостерігалися дефіцит продуктів харчування і в окремих випадках значне зростання цін на продукти, брак готівки або проблеми з житлом (іноді ціни на оренду житла збільшилися на 200–300 відсотків, в результаті чого житло стало недоступним для багатьох людей, особливо для ВПО та особливо на початку війни). Вразливість у доступі до житла та продуктів харчування значно збільшує ризики несприятливого впливу діяльності підприємств.
4 – Діяльність на територіях, де було відновлено контроль урядом України	Станом на 14 листопада 2022 року урядом України було відновлено контроль над 52% українських територій. Після їх звільнення важливо забезпечити безпечне повернення людей та бізнесу. Ситуація на цих територіях складна, адже інфраструктура (дороги та мости) зазнає постійних пошкоджень, відсутнє світло та Інтернет, заміновані офіси та землі. Наприклад, нещодавно працівники Укрзалізниці підірвалися на міні в Херсонській області. Близько 10% відділень національної пошти України знаходяться на територіях, непідконтрольних урядові України. Із них близько 30% повністю зруйновані і «не підлягають відновленню»

Виділимо чотири сценарії діяльності компаній в Україні в умовах війни (табл 2.4): (1) діяльність в умовах активних бойових дій; (2) діяльність на територіях, поза контролем уряду України; (3) діяльність в інших постраждалих від війни районах і переміщення на безпечніші західні регіони України чи за кордон; та/або (4) діяльність на територіях України, де відновлено контроль урядом України. Кожен з цих сценаріїв може бути пов'язаний з конкретними ризиками для прав людини. Наскрізним питанням прав людини, актуальним для всіх сценаріїв, є «безпека працівників і споживачів». Для четвертого сценарію слід обговорити та розробити концепцію відповідального повернення. Можна запропонувати низку рекомендацій та нефінансових показників у рамках складання соціальних звітів.

Нефінансові показники охоплюють широке коло питань, у тому числі якість менеджменту, етику ділової поведінки, структуру та результативність соціальних інвестицій, пов'язаних з розвитком персоналу, підтримкою здоров'я на робоче місце. Всі ці фактори впливають на формування ділової репутації компанії, що має цілком певні економічні наслідки.

Соціальний звіт (від процесу підготовки до поширення) є дуже важливим елементом системи управління нефінансовими ризиками, зміцнення конкурентоспроможності та підвищення ефективності компанії.

Соціальний звіт може бути необхідний:

- 1) партнерам по бізнесу (екологічна чистота продукції, дотримання прав споживачів, забезпечення безпеки умов праці тощо);
- 2) зовнішнім інвесторам з метою оцінки стійкості підприємства, якості управління нефінансовими ризиками;
- 3) владним структурам різного рівня для оцінки вкладу у вирішення соціально-економічних проблем;
- 4) спеціалістам та випускникам навчальних закладів, які обирають місце роботи, оскільки вони можуть отримати їх звіт про подання як про

роботодавця; так компанія може створити довгострокову конкурентну перевагу у кадровій політиці.

Соціальний звіт також необхідний, щоб зняти можливу критику з боку преси, профспілок, неурядових організацій (екологічних та інших) тощо, а також знизити ризик втрати клієнтів. Наприклад, соціальний звіт, посилений щодо взаємовідносин зі споживачами чи якості продукції, стає додатковим аргументом тримання клієнта чи завоювання нового.

Соціальний звіт, який містить статистично вимірну інформацію в порівнянні, представляє високу інформаційну цінність, що підвищує його якість і впливає ставлення щодо нього із боку зацікавлених сторін.

Вимірність результатів діяльності дає можливість менеджерам не лише оцінити поточну ситуацію, а й визначити чи уточнити стратегічні та тактичні цілі, розподілити відповідальність, виробити ефективні управлінські рішення та відслідковувати процес досягнення результату.

Слід зазначити, що багато зарубіжних та українських компанії вже впровадили принципи КСВ у загальну стратегію. Однак, на нашу думку, щоб розробити ефективну стратегію КСВ та корпоративної соціальної політики, менеджменту компанії необхідно знати, на якому рівні розуміння власних соціальних ролей та функцій знаходиться компанія.

Перший рівень є оборонною позицією компанії стосовно як КСВ, так і корпоративної соціальної політики. У разі використання КСВ для компанії є оборонною дією, при якій вся діяльність у напрямку сталого розвитку здійснюється з метою протистояння зовнішнім атакам, здатним вплинути на довгострокові продажі, конкурентоспроможність, ефективність, репутацію.

Другий рівень – згода. Під впливом зовнішнього тиску менеджмент компанії усвідомлює, що він має робити якісь дії, щоб відповідати очікуванням зацікавлених осіб (stakeholders company), але переважно робити це з мінімальними витратами і демонструючи критикам, що організація щось робить у напрямку обліку їхніх інтересів.

Третій рівень – управлінський. Зрештою, організація розробляє якусь систему менеджменту (наприклад на основі екологічного стандарту), розробляє показники та здійснює відповідні заходи. Але як і всі дії, спрямовані на зниження ризиків, соціальних у тому числі всі заходи розглядаються як витрати для організації, а не як можливості. Цей рівень реалізації КСВ та соціальної політики передбачає відповідність стандартам у галузі корпоративної соціальної відповідальності, складання нефінансових звітів, участь у конкурсах, використання навчальних програм у сфері КСВ.

Війна завдала та продовжує завдавати непоправної шкоди соціальній безпеці України. Їх результатом стало: зростання навантаження на систему соціальної підтримки та соціального страхування населення через постійне збільшення кількості громадян, які потребують отримання соціальних, реабілітаційних послуг та виплат при одночасному зменшенні надходжень до державного, місцевого бюджетів та фондів загальнообов’язкового пенсійного та соціального страхування; ускладнення верифікації інформації щодо фактичної кількості як дорослих, так і дітей, які потребують соціального захисту та підтримки; руйнування об’єктів соціальної інфраструктури, втрата доступу до особистих справ бенефіціарів соціальної підтримки; спеціалісти сфери соціальної підтримки населення також стають вимушеними переселенцями, що впливає на обслуговування населення; система соціальної підтримки не встигає адаптуватися до значних міграційних рухів громадян, зміною активної лінії ведення бойових дій та зміни переліку тимчасово окупованих територій, що, серед іншого, ускладнює здійснення соціальних, страхових та пенсійних виплат громадянам; емоційний розпач громадян від нерозуміння своїх соціальних прав та зобов’язань під час війни; недостатнє покриття громад мережею закладів, які надають соціальні, реабілітаційні послуги під час війни, особливо на територіях масового перебування переселенців; унеможливлення отримання громадянами України, які проживають у зоні активних бойових дій чи біля неї, на тимчасово

непідконтрольних територіях України, належних їм виплат та соціальних послуг; поглиблення вразливості маломобільних груп населення від початку війни.

Зазначені фактори є наслідками екстенсивної соціальної політики, практику якої Україна успадкувала від радянських часів: чим більше пільг, дотацій і соціальних переваг надано громадянам, тим кращим вважався прояв турботи держави про своїх громадян. При цьому не враховувалися економічні можливості держави, доцільність та якість забезпечення обіцяного та нарахованого. Як результат – постійно зростаюча кількість неструктурованих, малозрозумілих пільг, дотацій і соціальних переваг, не підкріплених фінансовою спроможністю держави, особливо в умовах воєнного стану. Це становить загрозу економічній стабільності держави та формуванню і реалізації ефективної соціальної політики. Очевидною є недостатня адресність та ефективність використання коштів, відсутність пріоритизації видатків, що розпорошує ресурси та не дозволяє вирішити проблеми бенефіціарів.



Рис. 2.1 Прогнозні сценарії відновлення ділової активності підприємств

Висновки до розділу 2

1. У нових воєнних реаліях набуває нової ролі КСВ бізнесу, що потребує наукових досліджень для посилення його ролі у відбудові національної економіки. Забезпечення ефективної діяльності бізнесу, який працює в Україні – це ще один важливий крок до перемоги. Внесок у корпоративну соціальну відповідальність компанії сьогодні – це більше за можливість позитивно впливати на суспільство. Незалежно від масштабів бізнесу й обсягів допомоги, соціальна відповідальність потребує грамотно побудованої комунікації з усіма стейкхолдерами: співробітниками, клієнтами, партнерами та державою. Соціально відповідальний бізнес має звикнути ризикувати і вкладати у напрямки, які менш прибуткові, повільніше окупаються, не такі зрозумілі, але життєво необхідні для країни. Зокрема, військові технології. Маємо навчитися мислити стратегічно. Після того, як наші плани зруйнувала Росія, ми перейшли в режим виживання, з якого через невизначеність може бути складно повернутися до стратегічного планування, щоб не втратити майбутнє покоління.

2. Розмір і секторальна належність підприємства відіграють важливу роль у тому, як підприємство вирішуватиме проблеми з правами людини. На відміну від малих і середніх підприємств, великі підприємства, особливо транснаціональні, мають більше ресурсів для переведення людей на інше підприємство у безпечнішому регіоні. Географія показала, що багато ризиків для підприємств в аспекті бізнесу та прав людини було на територіях поза контролем уряду України і територіях, на яких ведуться активні бойові дії. Залишаються труднощі на територіях, де відновлено контроль урядом України, через значні руйнування.

3. У складних економічних умовах уряд шляхом дерегуляції полегшив ведення господарську діяльність. Водночас це може призвести до суттєвого послаблення гарантій прав працівників та посилення свободи

розсуду працедавця. Назріла необхідність переглянути нещодавні зміни в трудовому законодавстві через призму прав людини. Водночас державою й досі не розроблено настанов, які ґрунтуються на правах людини і які описують відповідальне ведення бізнесу під час бойових дій, на територіях поза контролем уряду України, а також питання переміщення компаній і працівників.³⁴

4. Програми національної відбудови та відновлення, що розробляються в Україні, все ще не зосереджуються на питаннях відповідального ведення бізнесу. Ролі суб'єктів господарювання в процесах перехідного правосуддя, а також перспективам застосування міжнародного гуманітарного права та притягнення суб'єктів господарювання до відповідальності у разі прямої чи опосередкованої участі у порушеннях прав людини або сприяння їм не приділяється уваги.

5. Найбільше постраждали підприємства, які «не могли працювати дистанційно, а саме виробничі та будівельні підприємства. Через бойові дії одні галузі припинили свою діяльність (наприклад, цивільна авіація, порти), інші скоротили її (наприклад, розваги, ломбарди). ІТ-сектор, як і очікувалося, виявився найбільш стійким³⁵.

6. Під час війни та конфлікту ключову роль відіграють підприємства, які надають споживачам послуги та товари першої необхідності (наприклад, роздрібні торговці продуктами харчування, Інтернет, банки). При цьому неосновні послуги та товари можуть стати основними, коли надання неосновної послуги переривається на деякий час.

Розвиток КСВ в Україні почався не так давно, проте вітчизняний бізнес непогано проявив себе. Війна внесла свої корективи і напрямки соціальної активності у нашу країну. Економіка України зазнає колосальних збитків від російської збройної агресії, й наразі ці втрати оцінити важко, адже війна триває. Однак, усі ми розуміємо, що битви виграє армія, а війну – економіка.

Висновки та пропозиції

В результаті теоретичного обґрунтування необхідності вдосконалення інноваційної діяльності підприємств та розробки практичних рекомендацій щодо реалізації стратегічних змін, зроблено такі висновки:

Встановлено, що останнім часом поступово підвищується інтерес до соціальної відповідальності суб'єктів господарювання. Ще кілька років тому на фоні глобальних реформ, затяжної економічної кризи (на відміну від «традиційних» економічних криз, економічна криза 2020-2021 років була зумовлена природним явищем – пандемією COVID-19) та періоду первинного накопичення капіталу, взаємовідносини бізнесу та держави носили складний, безсистемний характер, а під соціальною відповідальністю розумілася благодійна діяльність окремих представників ділової спільноти. Під час війни підприємства ніколи не діють нейтрально, а бізнес-операції завжди впливають на динаміку конфлікту. Повномасштабна війна Росії проти України спричинила глобальне погіршення політичної безпеки, продовольчої та енергетичної безпеки, а також появу великої кількості біженців та внутрішньо переміщених осіб (ВПО). На національному рівні це спричинило багато людських трагедій і збитків.

Соціальна відповідальність – це відповідальність за соціальне середовище, що формує моральний клімат суспільства. Це відповідальність перед сьогоденням та майбутнім. Тому, усвідомлюючи свою громадську роль, компанії, як соціально відповідальні суб'єкти повинні сьогодні діяти таким чином, щоб не спричинити соціальний колапс у майбутньому.

Соціальна відповідальність – це ідеологічне уявлення про те, що організації та індивіди не повинні поводитись неетично чи діяти аморально, і мають прагнути (натомість) свідомо сприяти добробуту суспільства, що складаються з різних спільнот і зацікавлених сторін, у яких вони працюють і з якими взаємодіють.

Корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) зазвичай визначають як бізнес-модель, у якій компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми у свої бізнес-операції та взаємодію зі своїми зацікавленими сторонами замість того, щоб розглядати лише економічні прибутки.

Основні переваги корпоративної соціальної відповідальності: Створення репутації (компанія, яка має гарну репутацію, не має конкурентів. Іноді клієнти купують у неї товари та користуються її послугами навіть у тих випадках, коли вони дорожчі, ніж в інших компаній); підвищення сталого розвитку компанії (клієнти цінують турботу про них та навколишнє середовище, тому є лояльними і готові навіть допомагати у її розвитку); залучення та утримання талантів (деякі люди будуть прагнути працювати саме у вашій компанії, тому що ви робите добро людству. Ваші співробітники відчують, що належать до чогось більшого, ніж просто заробити гроші).

З моменту повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну 24 лютого 2022 року підприємства в Україні зіткнулися зі значними проблемами, включаючи забезпечення безпеки та безпеки працівників, операційні проблеми з переміщенням операцій та персоналу, логістичні збої та/або інші проблеми. Більшість компаній виявилися неготовими до початку війни³ і не мали планів дій на випадок надзвичайних ситуацій або стратегій зменшення ризиків. Кілька міжнародних компаній негайно припинили свою діяльність відповідно до рекомендацій своїх урядів або на підставі своєї корпоративної політики. Водночас були підприємства, переважно національні, які продовжували свою діяльність, допомагали людям подолати перші дні війни, забезпечували доступ до товарів та послуг першої необхідності. Як наголошувалося в одній із фокус-групових дискусій, «супермаркети, банки, аптеки та служби таксі працювали в Україні під час масових обстрілів і ракетних обстрілів на початку війни, просто виконуючи свою роботу». Для багатьох з цих компаній ця робота була своєрідним балансуванням між безпекою співробітників і попитом споживачів.

У сфері сприяння корпоративної соціальної відповідальності держава має: чітко артикулювати свої очікування щодо відповідального ведення бізнесу; визначити підтримку, на яку може розраховувати соціально відповідальний бізнес, розробляти рекомендації для бізнесу щодо можливих ризиків, які можуть виникнути в різних сферах; допомагати суб'єктам господарювання пов'язати свою бізнес-стратегію з відновленням України на засадах сталого розвитку.

Розроблено та систематизовано систему соціально-економічних KPI в області КСВ. Стосовно кожної основної групи зацікавлених сторін пропонується по п'ять показників. Таким чином, компаніям рекомендується послідовно інкорпорувати соціальну відповідальність у політику компанії, впроваджувати КСВ у системи управління та процедури компанії, вибудовувати системи комунікацій із заінтересованими сторонами та включати соціальні та екологічні показники системи моніторингу діяльності підприємства за ключовими показниками ефективності (KPI).

Виділено чотири сценарії діяльності компаній в Україні в умовах війни : (1) діяльність в умовах активних бойових дій; (2) діяльність на територіях, поза контролем уряду України; (3) діяльність в інших постраждалих від війни районах і переміщення на безпечніші західні регіони України чи за кордон; та/або (4) діяльність на територіях України, де відновлено контроль урядом України. Кожен з цих сценаріїв може бути пов'язаний з конкретними ризиками для прав людини. Наскрізним питанням прав людини, актуальним для всіх сценаріїв, є «безпека працівників і споживачів». Для четвертого сценарію слід обговорити та розробити концепцію відповідального повернення. Можна запропонувати низку рекомендацій та нефінансових показників у рамках складання соціальних звітів.

Післявоєнне відновлення України буде проходити з урахуванням вектора сталості. Це потребує значних ресурсів і консолідації зусиль держави, міжнародних організацій та національного бізнесу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. B. Carroll. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. 1991, Business Horizons 34(4): 39-48. https://www.researchgate.net/publication/4883660_The_Pyramid_of_Corporate_Social_Responsibility_Toward_the_Moral_Management_of_Organizational_Stakeholders.
2. Analytical materials. (2022). Center "Development of Corporate Social Responsibility". <http://csr-ukraine.org>
3. Anand A. (2019). The case for academic social responsibility. Annals of Neurosciences, 26(3–4), 6–7. <https://doi.org/10.1177/0972753119894813> DOI: <https://doi.org/10.1177/0972753119894813>
4. Banik A., & Mitra A. (2021). Academic Social Responsibility and Quality Assurance in the Developing World: A Framework for Implementation. In: Anand A. (eds) Quality Assurance Implementation in Research Labs. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-3074-3_11 DOI: https://doi.org/10.1007/978-981-16-3074-3_11
5. Bowen H.R. Social responsibilities of the businessman. N.Y.: Harper & Row, 1953. URL: <https://www.social-responsibility.at/definitions/howard-bowen-1953/>
6. Carroll B. A. (1970). War Termination and Conflict Theory: Value Premises, Theories, and Policies. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 392, 14-29.
7. Elkington J. Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business // Capstone Publishing. 1997; URL: <https://www.sdg.services/uploads/9/9/2/1/9921626/cannibalswithforks.pdf>
8. Freeman R.E. Strategic management: A stakeholder Approach. Boston: MA: Pitman, 1984. <https://archive.org/details/strategicmanagem00free/page/n9/mode/2up>
9. ISO.2010. International Standard Organization ISO 26000:2010 - Guidance on Social Responsibility. 2010:117.

10. Knight F. H. *Freedom and Reform: Essays in Economics and Social Philosophy*. New York: Harper and Brothers. Reprint. Edited by J. M. Buchanan. Indianapolis: Liberty Press, 1982. URL: <http://academic.depauw.edu/~hbarreto/courses/HistEcon/Knight/KnightBioReadings.pdf>
11. Kotler, P., & Lee, N. *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. John Wiley & Sons. 2004. URL: <https://www.srccgbo.edu.in/pdf/178260b3ab75c1a3db205fb75279503a.pdf>
12. Levitt T. *The Dangers of Social Responsibility*. *Harvard Business Review*, 1958, 36, 41-50. URL: <https://www.scribd.com/document/403719922/The-dangers-of-social-responsability>
13. Milton Friedman. *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*', *New York Times Magazine*, 1970, 33, pp. 122-26. URL: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/mono/10.4324/9781315259222-11/milton-friedman-1970-social-responsibility-business-increase-profits-new-york-times-magazine-33-pp-122-26-mark-schwartz-wesley-cragg?context=ubx>
14. Opinion – Responsible Business Conduct in Times of War. *E-international relations*. URL: <http://www.e-ir.info/2022/10/22/opinion-responsible-business-conduct-in...>
15. Peter F. Drucker. *The New Meaning of Corporate Social Responsibility*', *California Management Review*, 1984, 26, pp. 53-63. URL: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/mono/10.4324/9781315259222-13/peter-drucker-1984-new-meaning-corporate-social-responsibility-california-management-review-26-pp-53-63-mark-schwartz-wesley-cragg?context=ubx>
16. Rowe J.K. *Corporate Social Responsibility as Business Strategy* / University of California, Santa Cruz. Department of Politics. Scholarship Repository. 2005. URL: https://www.academia.edu/64885052/Corporate_social_responsibility_as_business_strategy

17. Sharma V. S. (2015). A social theory of war: Clausewitz and war reconsidered' Cambridge Review of International Affairs, 28(3), 327-347. <https://doi.org/10.1080/09557571.2013.872600>

18. Talcott Parsons. Politics and Social Structure. (New York: Macmillan-The Free Press, 1969. Pp. 557 URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/review-of-politics/article/sociology-and-politics-parsons-talcott-parsons-politics-and-social-structure-new-york-macmillan-the-free-press-1969-pp-557-1350/EA6C890679EBDFB96523C171E6DEB2E8>

19. United Nations. Business and Human Rights Guidelines (UNGP). URL: https://www.ohchr.org/documents/publications/guidingprinciplesbusinessshr_en.pdf

20. United Nations. Global Compact. URL: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/83791-Agricom-Group>.

21. United Nations: An Agenda for Sustainable Development for the period up to 2030. URL: https://www.unssc.org/.._/2030_agenda_for_sustainable_development_-_primer_russian.pdf.

22. Wood D.J. Social Issues in Management: Theory and Research in Corporate Social Performance. Journal of Management. 1991. June, 17(2).pp. 383-406 URL: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/mono/10.4324/9781315259222-14/donna-wood-1991-corporate-social-performance-revisited-academy-management-review-16-pp-691-718-mark-schwartz-wesley-cragg?context=ubx>

23. Антощенкова В. В., Дейнега М. В. Історико-теоретичні аспекти корпоративної соціальної відповідальності / Вчені записки : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана ; [редкол.: О. Яценко (голов. ред.) та ін.]. Київ : КНЕУ, 2023. Вип. 30. С. 6–14.

24. Антощенкова В. В., Дейнега М. В. Історико-теоретичні аспекти корпоративної соціальної відповідальності / Вчені записки : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана ; [редкол.:

О. Яценко (голов. ред.) та ін.]. Київ : КНЕУ, 2023. Вип. 30. С. 6–14.

25. Антощенкова В. В., Дейнега М. В. Соціальна відповідальність українського агробізнесу в умовах війни. *STUDIA SLOBOZHANICA*. Матеріали всеукраїнської науково-методичної конференції «Слобожанський гуманітарій – 2023», 6 квітня 2023 р. Харків: ДБТУ, 2023. С. 12-19.

26. Антощенкова В.В., Копитко О.В. Державне регулювання і підтримка молочної галузі в умовах євроінтеграції. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія „Економічні науки”. № 4, 2018 р. С.201-210.

27. Апросіна О.Б. Співпраця бізнесу та держави. Технічний прогрес в АПВ: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 21-22 травня 2024 року / Державний біотехнологічний університет. Харків, 2024. С.419-421.

28. Апросіна О.Б. Соціальна відповідальність агробізнесу. Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи [Електронне видання]: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., 14-15 березня 2024 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. Харків, 2024. С. 494-496.

29. Апросіна О.Б. Соціальна відповідальність бізнесу України в умовах повномасштабної війни. Збірник студентських наукових праць. «Економічні перспективи». ХНАДУ. №14, Том 2. 2022. С.38-42.

30. Апросіна О.Б. Соціальна політика України в умовах війни. X-й Міжнародний форум молоді «МОЛОДЬ І ІНДУСТРІЯ 4.0 В ХХІ СТОЛІТТІ». Збірка матеріалів форуму. Харків: ДБТУ. 2024. С.340.

31. Апросіна О.Б. Сталий розвиток суспільства, як основа світової безпеки. II Міжнародна науково-практична конференція «Механізми протидії сучасним викликам і загрозам: досвід єс для України». Сумський державний університет (28-29 лютого 2024 р.). 2024. С. 148-150.

32. Бей Г.В. Управлінські питання збереження та відновлення ділової активності підприємств в період воєнного стану. Економіка і організація управління. № 3(47) (2022). С.33-40.

33. Білецька І., Романчукевич М. Соціально-відповідальна поведінка

суб'єктів бізнесу на неокупованих територіях України в умовах війни: аспекти маркетингу і менеджменту. Modeling the development of the economic systems. 2022. Iss. 2. P. 85–91. <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-4-11>

34. Гребеннікова А.А. Соціальна відповідальність аграрного бізнесу в Україні. Електронне фахове видання з економіки «Ефективна економіка». 2017. №12. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6001>

35. Ільченко В.М., Кравчук Я.С. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах повномасштабної війни. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». Випуск 1 (71) 2023. С.30-34.

36. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу : монографія / за заг. редакцією М. П. Буковинської. Київ : ЦП «Компринт», 2015. 297 с.

37. Кузьмін О. Є., Станасюк Н. С., Уголькова О. З.. Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, типологія та чинники формування. «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». Випуск 3, Номер 2. 2021. С. 56 – 64.

38. Ляшук К. П. Концепція сталого розвитку як базис корпоративної соціальної відповідальності у бізнесовому середовищі. Наукове видання Національного авіаційного університету. Проблеми системного підходу в економіці. 2020. Вип 1(75). С 124-130.

39. Ляшук К. П. Особливості формування механізму управління соціальною взаємодією торговельних підприємств із стейкхолдерами. Науковий журнал. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2021. Вип. 5. С.287-293.

40. Ляшук К., Гордовський А. Соціальний маркетинг і соціальна відповідальність бізнесу. Трансформаційна економіка, № 2 (02), 2023. С.34-37.

41. Макаренко П.М. Соціальна відповідальність аграрних підприємств як чинник їх ефективності та конкурентоспроможності: сутність, складники, проблеми і тенденції здійснення. Наукові праці полтавської державної аграрної академії. 2015. Вип. 2 (11). С. 3-8.

42. Ми повернулися: як український бізнес відновлює роботу під час війни. Інформаційне агентство «Уніан». URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/mi-povernulisya-yak-ukrajinskiy-biznes-vidnovlyuye-robotu-pid-chas-viyni-novini-ukrajina-11824872.html>.

43. ОЕСР. Керівні Принципи ОЕСР для багатонаціональних підприємств. URL: <https://www.business-humanrights.org/en/latest-news/pdf>.

44. Онегіна В.М. Антощенкова В.В. Спільна аграрна політика та конкурентоспроможність сільського господарства ЄС. Аграрна політика Європейського Союзу: виклики і перспективи: монографія / За ред. Т. Зінчук. Київ: Центр навчальної літератури, 2019 С. 152-162. http://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/3369/1/Polityka_orhanichnoho.pdf.

45. Онегіна В.М. Антощенкова В.В. Спільна аграрна політика та конкурентоспроможність сільського господарства ЄС. Аграрна політика Європейського Союзу: виклики і перспективи: монографія / За ред. Т. Зінчук. Київ: Центр навчальної літератури, 2019 С. 152-162. http://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/3369/1/Polityka_orhanichnoho.pdf.

46. Офіційний сайт компанії KERNEL. URL: <https://www.kernel.ua/ua/about/strategy/>

47. Офіційний сайт компанії Ukrlandfarming. URL: <https://www.ulf.com.ua/ua/>

48. Офіційний сайт компанії Астарта-Київ. URL: <https://astartaholding.com/about/>

49. Офіційний сайт компанії МХП. URL: <https://mhp.com.ua/uk/pro-kompaniiu/departament-innovatsii>

50. Пахуча Е.В., Пономарьова М.С. Соціальна відповідальність аграрних підприємств: сучасний стан, проблеми і тенденції розвитку // Вісн. ХНАУ. Серія «Економічні науки». 2018. № С. 350 – 361. DOI: 10.31359/2312-3427-2018-4-350.

51. Поглиблена процедура належної обачності щодо прав людини для бізнесу за несприятливих обставин, спричинених конфліктом : посібник. Нью-

Йорк : ПРООН, 2022. 62 с. URL: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-09/B%2BHR_hHRDD.

52. Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року» від 24.01.2020 <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>

53. Селіверстова Л. С., Лосовська Н. В. Підходи до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу. Економіка та держава. № 7. 2019. С. 13–16. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.7.13

54. Серікова О. М. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни в Україні: національний і глобальний виміри. БІЗНЕСІНФОРМ, № 6, 2022. С. 94-100.

55. 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, 6(53), 2023. 405–416. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.53.2023.4187>.

56. Як змінилась корпоративна соціальна відповідальність компаній в умовах війни? Budni. URL: <https://budni.robota.ua/ru/corporate-culture/yak-zminilas-korporativna-sotsialna-vidpovidalnist-kompaniy-v-umovah-viyni>

57. Які компанії стали опорою країни під час повномасштабної війни. <https://ua.news/ua/money/kakye-kompanyy-staly-oporoj-strany-vo-vremya-polnomasshtabnoj-vojny-top-10-sotsyalno-otvetstvennyh-byznesov>

ДОДАТКИ

Концепції з питань розвитку соціальної відповідальності бізнесу і суспільства

Назва концепції	Автор	Основні напрями досліджень	Основні положення концепції
1	2	3	4
Концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) Corporate social responsibility (CSR, CSR-1)	Г. Боуен, 1953 (США)	початок сучасного розуміння ролі і місця корпоративної соціальної відповідальності	визначено і впорядковано зміст КСВ, систематизовано рівні КСВ
	К. Девіс, 1960 (США)	Розвивав поняття корпоративної соціальної відповідальності	
	А. Керролл, 1979 (США)	Проаналізував основні термінологічні зміни поняття, визначив багатогорінову пірамідальну модель КСВ	
Концепція корпоративної соціальної сприйнятливості (КСС) Corporate social responsiveness (CSR-2)	Р. Аккерман, 1973 (США)	визначив один з напрямів підвищення ефективності сприйняття корпорацією суспільних проблем	визначено проблеми реалізації соціальної відповідальності на рівні окремих підприємств
	В. Фредерік, 1986 (США)	визначив концепцію, як здатність корпорації сприймати суспільну думку	
Концепція корпоративної соціальної діяльності (КСД) Corporate social performance (CSP)	С. Сеті, 1975 (США)	Розглянув корпоративні поведінкові механізми як виконання соціальних зобов'язань	розроблено модель корпоративної соціальної діяльності
	Е. Епштайн, 1987 (США)	визначив категорію «процес корпоративної політики»	
	В. Фредерік, 1986 (США)	ввів систему абривіатурного позначення концепцій КСВ	
	А. Керролл, 1979 (США)	Запропонував тривимірну модель: «корпоративна соціальна відповідальність» – «соціальні проблеми» – «соціальна сприйнятливість»	
	С. Вартік Ф. Кохрен, 1985 (США)	визначили основоположний зв'язок між принципами соціальної відповідальності, процесами соціального сприйняття та політикою	
	Д Вуд, 1991 (США)	Запропонувала цілісну концепцію КСД	
Менеджмент (концепція) зацікавлених	Е. Фріман, 1984 (США)	Визначено поняття зацікавлених сторін (стейкхолдерів)	Наведено нове визначення корпорації та її зв'язок із

сторін (МЗС) Stakeholder management (SM)	Т.Дональдсон, Л. Престон 1995 (США)	запропонували комплексний підхід, що включає дескриптивну, нормативну та інструментальну складові, вивели концепцію зацікавлених сторін на рівень відповідної теорії	зацікавленими сторонами, запропоновано нову парадигму відношень бізнесу і держави
Корпоративне громадянство (КГ) Corporate citizenship (CC)	Г. Боуен, 1953 (США)	вперше ввів термін «корпоративне громадянство»	сформульовано зобов'язання корпорації до своїх зацікавлених сторін
	Д. Лонгсон, Д Вуд, 2002 (США)	розвернуто фокус взаємовідносин з усіх стейкхолдерів на потребу конкретної спільноти, представлення компанії в ролі «хорошого громадянина»	
Концепція корпоративної стійкості Corporate sustainability (CS)	Дж. Елкінгтон 2002 (США)	введено поняття потрійного підсумку діяльності корпорації, визначено три пістави стійкості позначених як ЗР (People, Planet, Profits)	наведено зв'язок соціальної відповідальності з громадськими, а корпоративної стійкості – з агентськими проблемами
Універсальна концепція соціальної корпоративної відповідальності Guidance on social responsibility	Міжнародний стандарт ISO 26000 (США, ЄС)	визначив основні напрями діяльності підприємства по впровадженню КСВ	сформульовано сім основних принципів корпоративної соціальної відповідальності

Характеристика моделей соціальної відповідальності суб'єктів господарювання

Модель		Характеристика	Країни	Основні представники
Американська		Переважають добровільні ініціативи КСВ. Здійснення фінансування різних проектів (благодійність, меценатство, спонсорство) Звільнення від податків учасників програм КСВ та мінімальне втручання держави	США	Google, Microsoft Corporation, Apple BMW,
Європейська	Загальноєвропейська	Програми соціальної відповідальності пов'язані з досягненням бізнес-цілей. Ініціативи соціальної відповідальності (розвиток науки, освіти і технологій, розвиток персоналу, природоохоронна діяльність, приведення діяльності до світових галузевих стандартів) направлені на підвищення прибутку	Велика Британія	UniCredit, Nestle, Centrica
	Скандинавська	Держава бере на себе функції перерозподілу соціальних благ від найбільш забезпечених до найбільш нужденних і незахищених Соціальний захист – законодавчо-закріплена норма.	Данія, Фінляндія, Швеція,	Ikea, H and M, Lego
	Південно- європейська	Перехідна модель. Соціальна політика носить пасивний характер. Низький рівень соціального захисту, що зводиться до піклування рідних та сім'ї.	Греція, Італія, Португалія, Іспанія	Chupa Chups
	Континентальна	Жорсткий прямий зв'язок між тривалістю професійної діяльності і рівнями соціального захисту. Наслідуються принципи актуарної справедливості - величина соціальної виплати залежить від страхового внеску, сплаченого працівниками. Основа моделі - соціальне страхування за рахунок внесків роботодавців	Німеччина	Adidas, Bosh
	Британська (англосаксонська, Беверіджа) модель	Держава приймає активну участь в програмах та ініціативах КСВ (надання податкових пільг, створення державно-приватних партнерів в освітньому просторі, спільне фінансування проектів). Система соціального захисту - розповсюдження її на всіх, хто потребує допомоги.	Велика Британія, Ірландія	
Японська (азійська)		Ініціативи соціальної відповідальності не закріплено законодавчо, а керуються суспільними інтересами. Орієнована на внутрішнє середовище, підтримку і розвиток персоналу, систему «довічного найму»,	Південна Корея, Китай, Японія	Canon, Sony

Інструменти реалізації моделей соціальної відповідальності суб'єктів господарювання

Напрями реалізації	Американська модель	Європейська модель	Азійська модель	Українська модель
Працівники	дотримання прав працівників, індивідуальні соціальні пакети	виробнича демократія, колективні договори, розвиток людських ресурсів	захист і врахування інтересів працівників, система «довічного найму»	дотримання прав працівників через реалізацію умов колективних договорів
Навколишнє природне середовище	екологічність товарів і послуг, утилізація відходів, енергозбереження	впровадження екологічних технологій, відновлювальної енергії,	захист довкілля, енергозбереження, ресурсозбереження, екологічні технології, проблеми глобального потепління	захист довкілля, сортування сміття
Благодійність, взаємодія з місцевими громадами	цільова філантропія, волонтерство, соціальний маркетинг, рішення проблем місцевих громад, фінансування освітніх та культурних проєктів, розвиток медицини	заохочення благодійності за рахунок податкових пільг, громадський контроль діяльності компаній	чітке дотримання культурних традицій	епізодичні прояви благодійності, підтримка місцевих громад
Управління та звітність	стандарти корпоративного управління, суворі норми розкриття інформації про діяльність	обов'язкове та добровільне звітування, поширення міжнародних стандартів звітності	добровільне звітування	добровільне звітування окремих компаній

Міжнародні принципи соціальної відповідальності суб'єктів господарювання

№	Назва стандарту	Основні принципи	Примітка
1	Рекомендації ОЕСР ДЛЯ багатонаціональних підприємств (1976) [77]	Розкриття (прозорість інформації про діяльність); Права людини; Зайнятість та відносини з профспілками; Довкілля; Боротьба з корупцією; Інтереси споживачів; Наука і технології; Конкуренція; Податки	Україна стала підписантом у 2017 р.
2	Тристороння декларація принципів стосовно багатонаціональних підприємств 1977 р. [78]	Зайнятість (сприяння; рівність можливостей і звернень; гарантії) Професійна підготовка Умови праці та життя (мінімальний вік при прийнятті на роботу; безпека та гігієна праці) Трудові відносини (свобода асоціацій та право на організацію; колективні переговори; консультування; розгляд скарг; рішення трудових спорів)	
3	Глобальний договір, 1999 р. [204]	Права людини (захист міжнародних прав людини, діяльність компаній не повинна порушувати прав людини) Принципи праці (свобода зібрань, право на колективні угоди; викорінення примусової праці; викорінення дитячої праці; викорінення дискримінації в питаннях зайнятості та працевлаштування) Екологічні принципи (першочерговість вирішення екологічних проблем; поширення екологічної відповідальності; стимулювання і розвиток екологічних технологій) Антикорупційні принципи (протидія корупції та здирництву)	Приєднання до умов Договору у 2006 р.
4	Міжнародний стандарт ISO 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності» 2010 р. [166]	Підзвітність; Прозорість; Етична поведінка; Повага і врахування інтересів зацікавлених сторін; Повага до правових норм; Повага до міжнародних норм права Важливість і дотримання прав людини.	Представники України приймали участь в розробці стандарту
5	Керівні принципи ООН з питань бізнесу та прав людини 2011 р. [203]	Захист державою прав людини від порушень з боку третіх осіб Бізнес повинен поважати права людини, обачність і усунення негативного впливу від бізнес-діяльності на права людини Ефективність засобів захисту прав людини (судових, державних позасудових, недержавних)	У січні 2019 р. розпочато роботу над імплементацією Керівних принципів ООН в Україні

Додаток Д

**Систематичні заходи щодо вдосконалення проєктів соціальної
відповідальності під час війни в Україні**

№	Характер заходу	Рівень реалізації
1	Підтримка міжнародних організацій та міжурядових компаній	міждержавний
2	Забезпечення національно сталого економічного та соціального розвитку в масштабах держави	загальнодержавний
3	Розробка та реалізація національних програм підтримки розвитку корпоративної соціальної відповідальності	загальнодержавний
4	Удосконалення законодавчих положень, що регулюють упровадження та забезпечення соціальної відповідальності бізнесу	загальнодержавний
5	Економічна та соціальна інтеграція в Європейський Союз	загальнодержавний
6	Сприяння розвитку інвестиційно-інноваційних процесів	загальнодержавний
7	Розробка систематичної документації щодо соціально-економічної відповідальності та управління ними для національних органів влади, компаній та установ	загальнодержавний регіональний
8	Розробка та прийняття національних стратегій розвитку корпоративної соціальної відповідальності	загальнодержавний регіональний
9	Розробка та використання моделей співпраці бізнесу, державних установ, органів влади для реалізації спільних програм та ініціатив	загальнодержавний регіональний
10	Розробка економічних механізмів підтримки розвитку корпоративної соціальної відповідальності	загальнодержавний
11	Упровадження системи звітності з корпоративної соціальної відповідальності, що вимагає від компаній звітувати у своїх квартальних звітах про всі показники, які використовуються для оцінки ступеня корпоративної соціальної відповідальності	загальнодержавний підприємницький
12	Створення рейтингів соціально відповідальних компаній, нагородження національними нагородами та преміями у сфері впровадження корпоративної соціальної відповідальності	загальнодержавний підприємницький
13	Запровадження податкових пільг для соціально відповідальних компаній. Зниження ставок податку на прибуток для компаній, які виробляють високотехнологічну продукцію, використовують ресурсозберігаючі технології, спрямовують частину прибутку на технологічний розвиток і модернізацію виробництва	загальнодержавний
14	Підвищення конкуренції між компаніями	підприємницький
15	Поліпшення місцевого життя та зменшення диспропорцій у регіональному розвитку	загальнодержавний регіональний,
16	Рациональне використання природних ресурсів, зменшення екологічної небезпеки	регіональний, підприємницький
17	Надання можливостей для участі в громадських роботах і волонтерській діяльності	підприємницький

Додаток Ж

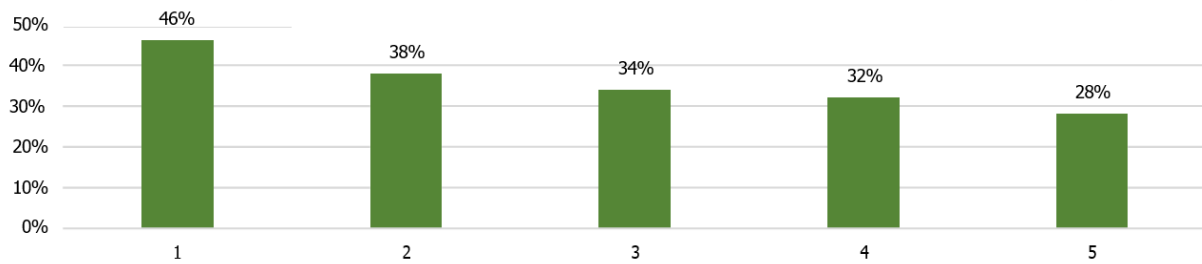


Рис. 1. Рівень надання вітчизняними компаніями допомоги населенню під час війни (за галузями). Примітки: 1 – компанії телекому-нікаційного та мобільного зв'язку; 2 – компанії, що спеціалізуються на виробництві продуктів харчування; 3 – компанії, що спеціалізуються на логістиці / доставці; 4 – компанії банківської справи / фінансів; 5 – IT-компанії.

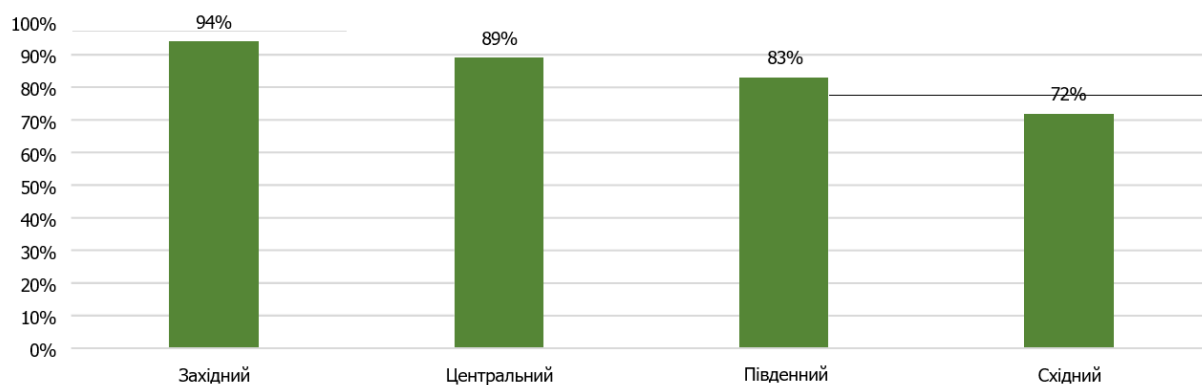


Рис. 2. Особливості поширення надання військової допомоги під час війни в регіонах.

Макроекономічний прогноз НБУ: основні показники*

	2022	2023	2024	2025	2026
Реальний ВВП, зміна у %	-29.1	5.7 (4.9)	3.6 (3.6)	5.8 (6.0)	4.5
Номінальний ВВП, млрд. грн.	5 191	6 510 (6 625)	7 580 (7 730)	8 710 (8 900)	9 690
ІСЦ, зміна у % **	26.6	5.1 (5.8)	8.6 (9.8)	5.8 (6.0)	5.0
Базовий ІСЦ, зміна у % **	22.6	4.9 (5.7)	6.4 (8.6)	3.1 (3.0)	2.9
Сальдо поточного рахунку, млрд. дол. США	8.0	-9.7 (-7.3)	-16.9 (-11.0)	-19.8 (-17.6)	-23.8
Міжнародні резерви, млрд. дол. США	28.5	40.5 (41.8)	40.4 (44.7)	42.1 (45.0)	36.9

* у дужках – попередній прогноз НБУ (Інфляційний звіт, Жовтень 2023)

** на кінець періоду (грудень до грудня попереднього року)

Додаток 3

Етапи повномасштабної війни та їх вплив на розвиток агробізнесу України

Етап	Основні події	Основні чинники, що впливали на агробізнес
Перша стратегічна оборонна операція 24.02.2022 – квітень 2022 р.	Початок повномасштабної війни, Росія окупувала 25% території України. У результаті битв на півночі України Росія відступила з Київської, Чернігівської та Сумської областей.	Окупація та знищення підприємств, мародерство на ТОТ*; Дефіцит робочої сили внаслідок міграції та мобілізації; Окупація та блокада портів, що спричинило зупинку експорту; Недостатність обігових коштів та проблеми з відшкодуванням ПДВ.
Друга стратегічна оборонна операція Травень – серпень 2022 р.	Бойові дії перенеслися здебільшого на схід та південь України, зросло використання артилерії, що шкодить українським ґрунтам. Звільнено о. Зміїний, що дало змогу розблокувати порти й у серпні розпочати роботу «Зернової ініціативи».	Зміна логістичних маршрутів, зростання вартості логістики; Складний процес відновлення деокупованих земель; Початок роботи «Зернової ініціативи», що дало змогу наростити експорт.
Стратегічна наступальна операція Вересень – грудень 2022 р.	За літо вдалось накопичити сили та засоби для проведення наступальних дій на Харківщині та Херсонщині — звільнено понад 17 тис. км ² та до 710 населених пунктів. 3 жовтня Росія розпочала активно нищити українську енергоінфраструктуру.	Мінування територій, що перешкоджає посівній озимих культур; Складність збору врожаю у прифронтових зонах, зокрема через мінування; Перебої з електроенергією, що вплинули на діяльність аграріїв; Зростання вартості ТМР**, зокрема добрив, пального, насіння.
Третя стратегічна оборонна операція Січень – травень 2023 р.	Росія посилила тиск на позиції Сил оборони України на сході, відбувались тривалі бої за Бахмут, Вугледар та низку інших населених пунктів. РФ продовжувала завдавати ударів по енергооб'єктах, по всій Україні відбувались тривалі вимкнення електроенергії.	Скорочення площ для сівби внаслідок окупації та мінування територій; Початок блокування поставок агропродукції з боку сусідніх країн; Ускладнення логістики, блокування «Зернової ініціативи».
Друга стратегічна наступальна операція Червень 2023 р. – вересень 2023 р.	Кілька хвиль контрнаступу Сил оборони України на півдні та сході України. Проте вони не були такими блискавичними, як попередні, через хорошу підготовку росіян. РФ обстрілювала українську інфраструктуру та вийшла із «Зернової ініціативи».	Зупинка роботи «Зернової ініціативи»; Заборона імпорту с/г продукції з боку європейських країн; Запуск альтернативного коридору для експорту агропродукції; Обстріли та руйнування портової інфраструктури Одеси та портів Дунаю.

Додаток І

Учасники процесу і зони відповідальності Кернел

Учасники	Зони відповідальності
Генеральний директор	Відповідальний за реалізацію Політики в рамках всієї Компанії.
Комітет з ризиків	Забезпечення наявності і функціонування адекватної системи управління ризиками. Організація ідентифікації, оцінки, контролю та моніторингу ризиків Компанії.
Директори функціональних напрямків	Відповідальні за реалізацію Політики в рамках своїх напрямків Контроль за недопущенням виникнення потенційних ситуацій порушення Політики в процесі реалізації діяльності Контроль рівня обізнаності нових співробітників з принципів Політики Негайний розгляд виявленої інформації з ситуацій порушення Політики, відповідно до <u>Процедури проведення корпоративних розслідувань</u> .
Керівник Департаменту персоналу	Впровадження і контроль реалізації вимог Політики у сфері трудових відносин з персоналом та розвитку потенціалу людей Участь у проведенні службових розслідувань за обставинами, що спричинили порушення Політики
Провідний менеджер з управління системами якості	Координація впровадження, підтримки, моніторингу і вдосконалення впроваджених систем менеджменту якості та безпечності харчових продуктів і кормів на підприємствах Компанії Забезпечення сертифікацією при впровадженні нових систем управління якістю і безпечністю харчових продуктів, кормів.
Керівник відділу організаційного розвитку	Контроль своєчасної актуалізації Політики не рідше одного разу на два роки або, у випадку необхідності, при зміні вимог чинного законодавства.
Фахівці з охорони праці і охорони навколишнього середовища	Відповідальність за реалізацію вимог Політики у сфері охорони і гігієни праці, забезпечення належного рівня безпечності робочого місця, промислової та екологічної безпеки.
Департамент безпеки	Проведення службових розслідувань випадків/ситуацій порушення Політики
Комплаєнс-менеджер	Забезпечення захисту Заявників щодо ситуацій порушення Політики Участь у проведенні службових розслідувань щодо обставин, які спричинили порушення Політики.

Цільові групи Кернел та сфера їх зацікавленості

Зацікавлені сторони	Сфера зацікавленості:
Персонал	безпека праці, конкурентна заробітна плата, інвестиції у професійний розвиток, визнання результатів
Акціонери	сталий розвиток Компанії, своєчасне інформування, контроль і запобігання ризикам
Місцеві громади (місцеве населення, громадські ініціативні групи та організації, представники установ освіти, медицини, культури та ін.)	наявність робочих місць та сплата податків, дбайливе використання земель та інших природних ресурсів, соціальні та культурні проекти, підтримка та партнерство
Місцеві органи влади, контролюючі органи.	сплата податків, дотримання законів, підтримка соціально-економічного розвитку територій, вчасне виконання запитів, надання інформації про діяльність
ЗМІ	своєчасне висвітлення інформації про діяльність Компанії, вчасне виконання запитів
Постачальники	чесна конкуренція, прозорі процеси закупівель, етична ділова поведінка, виконання угод та зобов'язань
Орендодавці/Покупці/Клієнти	якість продукції, відповідальне споживання, доступ до інформації про продукцію, соціальні програми та проекти

Додаток К

Оперативні та стратегічні кроки управління збереженням та відновленням підприємницької активності

Тип підприємства	Оперативні кроки	Стратегічні кроки
Підприємства, розташовані на тимчасово окупованих територіях чи в зоні ведення активних бойових дій	1. забезпечення виживання; 2. збереження життя і здоров'я працівників; 3. безпека матеріальних активів та товарних запасів; 4. прийняття рішення про релокацію або відновлення роботи після деокупації; 5. подолання логістичних перепон; 6. збереження існуючого формату ведення бізнесу та клієнтського сегменту; 7. фіксація втраченої вартості.	1. підтримка персоналу та розробка механізмів утримання робочої сили; 2. пошук джерел відновлення втрачених ресурсів; 3. впровадження соціальної відповідальності бізнесу; 4. відновлення усіх процесів виробництва; 5. розширення ринків збуту; 6. розробка нової стратегії (короткотермінової) ведення бізнесу.
Підприємства з розгалуженими активами, частина яких розташована на безпечній території	1. збереження персоналу, матеріальних активів та товарних запасів; 2. організація простою та відновлення роботи філій з орієнтацією на споживчий попит 3. релокація активів у безпечні регіони; 4. реорганізація діяльності.	1. пошук джерел відновлення втрачених ресурсів (зокрема, людських); 2. впровадження соціальної відповідальності бізнесу; 3. відновлення повного циклу ділової активності; 4. розширення ринків збуту; 5. перегляд стратегії ведення бізнесу.
Підприємства, розташовані на відносно безпечних територіях	1. оновлення та вдосконалення системи безпеки трудової діяльності; 2. організація простою з огляду на розрив ланцюжків поставок та збуту; 3. збереження персоналу.	1. реорганізація діяльності з огляду на рівень споживчого попиту; 2. відновлення логістичних маршрутів та повного циклу ділової активності; 3. розширення географії збуту та організація безпечного експорту.

Р1. Чи стикалися Ви з порушенням своїх прав компаніями/підприємствами після 24 лютого 2022 року? МОЖЛИВО КІЛЬКА ВАРІАНТІВ ВІДПОВІДІ

Так, порушення з боку мого роботодавця	4.3
Так, порушення підприємства/підприємства, яке надало мені/моїй родині послуги/виконало роботи	1.8
Так, порушення з боку фірми/підприємства, що працює за місцем мого проживання	1.0
Ні, випадків порушення моїх прав з боку фірм/підприємств за цей період не було	82.8
Не знаю, чи можна цю ситуацію вважати порушенням моїх прав	6.9
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	2.3
ВІДМОВА ВІД ВІДПОВІДІ	1.6

ПИТАННЯ П2.1. ДО ТИХ РЕСПОНДЕНТІВ, ЯКІ ОБРАЛИ ВАРІАНТ ВІДПОВІДІ 1 У ЗАПИТАННІ Р1

П2.1 Які трудові права з цього переліку були порушені роботодавцем? МОЖЛИВО КІЛЬКА ВАРІАНТІВ ВІДПОВІДІ

Заробітну плату не виплачували	53.8
Зменшили зарплату	50.9
Компанія не забезпечила безпеку працівників	38.8
Компанія не допомогла з переїздом	19.0
Мене звільнили з роботи	28.2
Я був змушений піти у неоплачувану відпустку	39.9
Безпідставно припинено раніше нараховані виплати заробітної плати	56,0
Мій роботодавець змушував мене працювати більше	31.7
Мені відмовляють у щорічній оплачуваній відпустці	21.0
Інший	7.3
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	5.2
ВІДМОВА ВІД ВІДПОВІДІ	0,0

**Р2.2 Які права споживача з цього списку були порушені компанією /підприємством ?
МОЖЛИВО КІЛЬКА ВАРІАНТІВ ВІДПОВІДІ**

Мені потрібно платити орендну плату, хоча я там не живу / не працюю	3.1
Мені надали погане обслуговування / поганий продукт, і мої гроші не повернули	27.3
Я зробив передоплату за послуги/товари, але просять доплатити	7.9
Я вніс передоплату за послуги/товари, але послуги не надано і кошти не повертаються	18.0
Мені не було надано платної послуги чи товару	32,0
Інший	50,0
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	2.7
ВІДМОВА ВІД ВІДПОВІДІ	0,0

ЗАПИТАННЯ Р3 ЗАДАЄТЬСЯ ТИМ РЕСПОНДЕНТАМ, ЯКІ ОБРАЛИ ВАРІАНТИ ВІДПОВІДІ 2 ТА/ АБО 3 У ЗАПИТАННІ Р1.

Р3. Якщо були порушення з боку компаній/підприємств, то в якому секторі працює ця компанія/підприємство? МОЖЛИВО КІЛЬКА ВАРІАНТІВ ВІДПОВІДІ

Аграрний сектор	2.5
Будівництво	7.7
Відпочинок та/або розваги	2.3
Гірнича промисловість	2.2
Водопостачання та поводження з відходами	15.4
Готельний бізнес та/або громадське харчування	3.6
Енергетична промисловість	7.7
Інформаційні та/або телекомунікаційні послуги	8.7
Лісове господарство	0,0
Оптова та роздрібна торгівля	12.8
Освіта	7.5
Охорона здоров'я	14.7
реклама	0,0
Переробна промисловість	6.9
Поштові та/або кур'єрські послуги	8.8
Транспорт	19.2
Туризм	0,0
Фінансові послуги та/або страхові послуги	18.6
Юридичні послуги	2.9
Інший	23.6
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	6.8
ВІДМОВА ВІД ВІДПОВІДІ	0,0

Р4. Назвіть, будь ласка, випадок найсерйознішого порушення таких прав. Чи змогли ви захистити свої порушені права? ОДНА ВІДПОВІДЬ

Так, повністю	7.4
Так, але лише частково	6.5
Так, я почав процедуру захисту, але вона ще триває	11.4
Ні, я намагався, але безуспішно	33.1
Ні, не пробував / не пробував	40.2
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	1.4
ВІДМОВА ВІД ВІДПОВІДІ	0,0

Р5. Як ви відстоювали свої права? МОЖЛИВО КІЛЬКА ВАРІАНТІВ ВІДПОВІДІ

Я звернувся до керівництва підприємства	65.1
Я звернувся до профспілки	9.4
Звернувся до контролюючого державного органу	29.5
Я звернувся до суду	8.1
Я звернувся до громадських активістів та/або ЗМІ, щоб привернути увагу до ситуації	15.1
Інший	13.4
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	11.3
ВІДМОВА ВІДПОВІДАТИ	0,1

Р6. Скажіть, будь ласка, чи працюєте ви зараз? ЯКЩО ТАК: Чи отримували ви підтримку в будь-якій формі від роботодавця під час війни (з 24.02.2022)?

Допомога з переїздом по країні	2.1
Допомога з переїздом за кордон	1.1
Евакуація з небезпечних регіонів	2.3
Забезпечення продуктами харчування та предметами першої необхідності	7.5
Професійна психологічна підтримка	7.5
Облаштування бомбосховища	6.5
Додаткова фінансова підтримка	9.5
Виплата заробітної плати наперед	6.4
Прив'язка зарплати до курсу долара	3.0
Допомога дітям та сім'ям	5.2
Інший	1.3
Не отримав підтримки від роботодавця	21.9
Ні, зараз я безробітний(а)	55.4
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	0,4
ВІДМОВА ВІД ВІДПОВІДІ	0,1

Р7. Скільки приблизно працівників працює у вашій організації/підприємстві?

Мале підприємство (до 50 осіб)	46.3
Середнє (від 50 до 250 осіб)	21.5
Велике (від 250 і більше осіб)	26.3
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	5.1
ВІДМОВА ВІДПОВІДАТИ	0,7

Питання

Q1. Чи стикалися ви з порушенням своїх прав з боку компаній/підприємств після 10 жовтня 2022 року, коли почалися атаки на енергетичну інфраструктуру?
МОЖЛИВО КІЛЬКА ВІДПОВІДЕЙ.

Так, зі зловживаннями з боку мого роботодавця	1.8
Так, зі зловживаннями з боку фірми/підприємства, яке надавало мені/моїй родині послуги/виконувало роботи	3.0
Так, зі зловживаннями з боку підприємства/підприємства, що працює за місцем мого проживання	1.4
Ні, випадків зловживання моїми правами з боку фірм/підприємств за цей період не було	65.5
Не знаю, чи можна цю ситуацію вважати порушенням моїх прав	25.3
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	3.2
ВІДМОВА ВІД ВІДПОВІДІ	0,0

Q2.1 Які трудові права з цього переліку були порушені роботодавцем? МОЖЛИВО КІЛЬКА

Заробітну плату не виплачували	31.9
Зменшили заробітну плату	64.2
Компанія не забезпечила безпеку працівників	42.8
Компанія не допомогла з переїздом	21.1
Мене звільнили	16.1
Я був змушений піти у неоплачувану відпустку	43.5
Безпричинно припинено виплату раніше нарахованої заробітної плати	54.6
Мій роботодавець змушував мене працювати більше	31.5
Мені відмовили в щорічній оплачуваній відпустці	14.2
Я змушений ходити на роботу, незважаючи на існуючу небезпеку	18.9
Компанія не допомогла з приміщенням зі світлом та інтернетом, а вимагала результатів після ракетних ударів по інфраструктурі	46.9
Інший	14.1
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	0,0
ВІДМОВА ВІД ВІДПОВІДІ	0,0

ВІДПОВІДЕЙ.

Q2.2 Які права споживача з цього списку були порушені компанією/підприємством?
МОЖЛИВО КІЛЬКА ВІДПОВІДЕЙ.

Я повинен платити орендну плату, хоча я не живу/не працюю там	17.7
Я отримав погану послугу/продукт і не повернув гроші	26.8
Я зробив передоплату за послуги/товари, але вимагають більше	17.5
Я вніс передоплату за послуги/товари, але послуги не надані і гроші не повернуті	17.4
Мені не було надано платної послуги чи товару	26,0
Компанія, яка надає послуги/товари, не вживає заходів щодо забезпечення безпеки споживачів у разі ракетної загрози	33.2
Інший	30.3
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	6.7
ВІДМОВА ВІД ВІДПОВІДІ	0,0

Q3. Якщо були зловживання з боку підприємства/підприємства, то в якому секторі працює ця компанія/підприємство? МОЖЛИВО КІЛЬКА ВІДПОВІДЕЙ.

Аграрний сектор	10.3
Будівництво	7.3
Відпочинок та/або розваги	9.2
Гірнична промисловість	4.1
Водопостачання та водовідведення	18.6
Готельний бізнес та/або громадське харчування	10.8
Енергетичний сектор	59.7
Інформаційні та/або телекомунікаційні послуги	16.3
Лісове господарство	7.4
Оптова та роздрібна торгівля	16.4
Освіта	13.9
Охорона здоров'я	7.6
реклама	2.8
Переробна промисловість	3.4
Поштові та/або кур'єрські послуги	13.4
Транспорт	7.3
Туризм	2.7
Фінансові та/або страхові послуги	10.4
Юридичні послуги	3.9
Інший	8.9
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	3.9
ВІДМОВА ВІД ВІДПОВІДІ	4.3

Q4. Вкажіть, будь ласка, випадок найбільш серйозного порушення таких прав. Чи змогли ви захистити свої порушені права? ОДНА ВІДПОВІДЬ

Так, повністю	6.2
Так, але лише частково	17.0
Так, я почав процедуру захисту, але вона ще триває	5.7
Ні, я намагався, але безуспішно	36.9
Ні, не пробувала	33.4
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	0,8
ВІДМОВА ВІД ВІДПОВІДІ	0,0

Q5. Як захистили свої права? МОЖЛИВО КІЛЬКА ВІДПОВІДЕЙ.

Я звернувся до керівництва підприємства	75.3
Я звернувся до профспілки	4.7
Я звернувся до контролюючого органу	34.2
Я звернувся до суду	9.7
Я звернувся до громадських активістів та/або ЗМІ, щоб привернути увагу до ситуації	20.3
Інший	7.9
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	2.9
ВІДМОВА ВІД ВІДПОВІДІ	0,0

Q6. Чи зачепили вас відключення електроенергії через атаки на енергосистему України?

Так	55.4
Немає	44,0
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	0,5
ВІДМОВА ВІД ВІДПОВІДІ	0,0

Q7. Скажіть, будь ласка, чи працюєте ви зараз? ЯКЩО ТАК: Чи отримували ви підтримку від свого роботодавця, щоб мінімізувати цей шкідливий вплив на вас? МОЖЛИВО КІЛЬКА ВІДПОВІДЕЙ.

Так, роботодавець зробив робочий час більш гнучким	27.5
Так, роботодавець облаштував робоче місце та забезпечив електроенергією за допомогою генератора	32.3
Так, роботодавець надав генератори, Ecoflow та інші засоби для електропостачання	24.2
Так, роботодавець придбав і надав Starlink	7.6
Так, роботодавець створив «корпоративні точки непереможності» для працівників та їхніх родин	16.3
Інший	5.4
Ні, роботодавець жодним чином не враховує відключення електроенергії	5.2
Ні, зараз я безробітний	46.9
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	2.1
ВІДМОВА ВІД ВІДПОВІДІ	0,8

Q8. Скільки приблизно працівників працює у вашій організації/підприємства?

Невелика кількість (до 50 осіб)	49.8
Середня кількість (від 50 до 250 осіб)	24.3
Велика кількість (250 і більше)	21.2
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	3.4
ВІДМОВА ВІД ВІДПОВІДІ	1.2

Q9. Скажіть, будь ласка, чи дозволяють чи не дозволяють підприємства поблизу вашого місця проживання (йдеться про супермаркети, роздрібні магазини, поштові відділення, пункти видачі, кафе, ресторани тощо) використовувати свою електроенергію під час відключень електроенергії ?

Так, всі або майже всі підприємства поблизу мого місця проживання дозволяють мені використовувати свою електроенергію в періоди відключень електроенергії	40.6
Деякі підприємства поблизу мого місця проживання дозволяють мені використовувати свою електроенергію під час відключень, а деякі ні	20.2
Ні, підприємства поблизу мого місця проживання не дозволяють мені користуватися їхньою електроенергією під час відключень	13.0
ВАЖКО СКАЗАТИ/НЕ ЗНАЮ	25.9
ВІДМОВА ВІД ВІДПОВІДІ	0,3

KERNEL

РАЗОМ ДО ПЕРЕМОГИ

З початку повномасштабної війни Kernel системно підтримує чотири бригади ЗСУ



95 ОДШБр



93 ОМБр
«Холодний Яр»



72 ОМБр
ім. Чорних Запорозжців



14 ОМБр ім. князя
Романа Великого

**2 млрд
грн**

спрямували на допомогу
з 24.02.2022



Детальна
інформація
про розподіл
коштів

**Ключові категорії
допомоги, яку
надає Kernel**



Квадрокоптери
і БПЛА



Тепловізори



Автомобілі



Засоби зв'язку



Обладнання
для штабів



Спорядження

СЕРТИФІКАТ

засвідчує, що

Апросіна Ольга Борисівна

взяв(ла) участь у роботі

II Міжнародної науково-практичної конференції

**«Глобалізація та розвиток інноваційних систем:
тенденції, виклики, перспективи»**

*та отримав(ла) практичні і теоретичні знання, навички згідно з
темою конференції*

Форма участі – дистанційна. Тривалість - 12 год. (0,4 кредити ЄКТС)

Заступник голови оргкомітету,
Декан факультету економічних відносин
та фінансів, д-р екон. наук, професор



Тетяна ЛАРИНА

14-15 березня 2024 р.

**Державний біотехнологічний університет
м. Харків**

