

3. Fuente A. de la. Acumulación primitiva en la economía colonial española. *Revista de Historia Económica*, 1998. №7. P. 45–70.
4. Hobsbawm E. Primitive Accumulation. Розділ у *The Age of Capital*. Vintage Books, 1962. P. 47–53.
5. Restall M. Economic Exploitation and Social Transformation in Spanish America. *Colonial Studies Review*, 2010. №15(2). P. 85–95.
6. Schwartz S. B. Colonial Wealth and the Foundations of Modern Capitalism. *Historical Economics*, 1987. №12(3). P. 215–237.

Козюра Ігор

Доктор наук з державного управління, професор кафедри менеджменту.

Полтавський університет економіки і торгівлі

ORCID: 0000-0003-4681-5339

Дорошенко Владислав

Здобувач третього рівня вищої освіти кафедри менеджменту.

Полтавський університет економіки і торгівлі

ORCID: 0000-0002-9278-7167

РОЛЬ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ЗМІЦНЕННЯ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА ПІДТРИМКИ МІСЦЕВИХ ГРОМАД В УМОВАХ КРИЗОВИХ ВИКЛИКІВ

У контексті воєнного стану і економічної нестабільності в Україні перед підприємствами постає критичний виклик щодо збереження їхньої стійкості і конкурентоспроможності. Кризові обставини, зокрема військові зіткнення на території країни, не лише підривають бізнес-процеси та порушують виробничо-збутові ланцюги, але й мають значний вплив на добробут суспільства та держави загалом. У такі періоди соціально відповідальний бізнес (СВБ) виступає важливим інструментом підтримки економічної стійкості та забезпечення допомоги місцевим громадам, які найбільше потерпіли від військових дій та їх наслідків.

Актуальність цього дослідження зумовлюється нагальною потребою українських підприємств у швидкій адаптації до умов воєнного стану і активній участі у відновленні національної економіки. У цьому контексті СВБ розглядається не лише як засіб підтримки компаній, але й як стратегічний підхід до збереження конкурентних переваг та довіри клієнтів і партнерів. Чимало українських бізнес-структур вже інтегрують соціально відповідальні

ініціативи для підтримки збройних сил і цивільного населення, що сприяє стабілізації економічної ситуації на регіональному рівні.

Метою цієї доповіді є визначення ролі СВБ як засобу зміцнення стійкості і конкурентоспроможності підприємств в умовах кризових викликів. Дослідження аналізує потенційні стратегії адаптації бізнесу, спрямовані на підтримку місцевих громад, забезпечення стабільності робочих місць і мінімізацію негативного впливу економічних потрясінь на діяльність підприємств. Вивчення практичного досвіду українських компаній у впровадженні соціально відповідальних ініціатив під час кризової ситуації дозволяє отримати значуще розуміння успішності цих заходів.

Соціально відповідальний бізнес являє собою концепцію, що підкреслює добровільну інтеграцію соціальних, екологічних та етичних аспектів в усі рівні ухвалення рішень компаній. Основний принцип СВБ полягає в тому, що бізнес має не тільки прагнути фінансових результатів, але й враховувати інтереси суспільства і дбати про охорону навколишнього середовища [1, с. 188-189]. Це на практиці означає створення нових робочих місць, підтримку місцевих спільнот, забезпечення справедливої оплати праці та дотримання екологічних норм.

Сучасні підходи до СВБ базуються на різних теоретичних засадах. Одним із ключових є теорія стейкхолдерів, що акцентує значущість різноманітних зацікавлених сторін – споживачів, співробітників, інвесторів і громадськості – у формуванні стратегії компанії [2, с. 333]. Відповідно до цієї теорії, бізнес має виконувати зобов'язання перед усіма стейкхолдерами, а не лише зосереджуватись на максимізації прибутку.

У сучасних умовах суспільних викликів впровадження соціальної відповідальності приносить значні переваги для бізнесу. СВБ дозволяє сформулювати позитивний імідж, зміцнювати репутацію та підвищувати лояльність клієнтів. Споживачі все частіше віддають перевагу брендам, що демонструють етичну та соціально відповідальну поведінку. Крім цього, фірми, які активно підтримують місцеві громади, сприяють стабільності та стійкості ринку, що підвищує їхню конкурентоспроможність і привабливість для інвесторів.

У кризових умовах підприємства адаптуються через впровадження ряду стратегій для підтримки внутрішніх та зовнішніх зацікавлених сторін, оптимізації ресурсів та збереження конкурентоспроможності. Одним із шляхів є перенесення діяльності в більш безпечні регіони, що дозволяє компаніям гарантувати безпеку співробітників і продовжувати операційну діяльність [3, с.

23]. Наприклад, багато підприємств з Харківської та Дніпропетровської областей перенесли свої потужності на захід України, де рівень ризиків для діяльності є значно нижчим.

Значну увагу також приділяють підтримці місцевих громад. Підприємства залучають ресурси для допомоги внутрішньо переміщеним особам, надають матеріальну підтримку військовим та цивільним. Так, деякі українські виробники продуктів харчування під час воєнних дій організували програми безкоштовної або частково субсидованої доставки продуктів харчування для тих, хто їх потребує, що сприяє підвищенню лояльності споживачів і позитивно впливає на репутацію компаній.

Українські компанії, такі як “Епіцентр”, “Нова Пошта”, “Розетка”, “Фармак” та інші активно впроваджують соціально відповідальні ініціативи, які не лише підтримують населення, але й створюють основу для довгострокових відносин з громадою, сприяючи сталості бізнесу. Такі приклади демонструють, як бізнес у кризових умовах може забезпечити стабільність, підтримуючи економічний розвиток і соціальну згуртованість.

Серед найбільш поширених стратегій реалізації корпоративної соціальної відповідальності для зміцнення стійкості та конкурентоспроможності підприємств під час кризи виділяються: 1) фінансова, матеріальна чи технічна підтримка місцевих громад, населення та співробітників [3, с. 409]; розширення каналів збуту та партнерських відносин [13]; інновації у продуктах і послугах, покращення технологій і нові сервіс-орієнтовані підходи [3, с. 408; 4, с. 22].

Значні переваги надає підприємствам реалізація соціально відповідальних стратегій. Це включає покращення корпоративного іміджу, зміцнення довіри з боку споживачів і партнерів та підвищення лояльності клієнтів. Позитивне сприйняття бренду набуває особливої важливості у кризових умовах, коли споживачі більше зважають на етичність бізнесу та його внесок у суспільство. Соціально відповідальні компанії отримують конкурентну перевагу, адже демонструють здатність до стійкості та підтримки суспільства в умовах криз. Крім того, соціальна відповідальність бізнесу сприяє внутрішній стабільності компанії: зростає залученість працівників, а їхня лояльність покращує продуктивність [5, с. 5].

Доцільно зазначити активну державну підтримку разом із міжнародною технічною допомогою в Україні. Під час воєнного стану це стало важливим інструментом для збереження та розвитку економіки. Основні напрямки цієї підтримки включають надання фінансових субсидій, податкових пільг і

пільгових кредитів для підприємств, які реалізують соціально відповідальні програми. Наприклад, гранти для розвитку малого та середнього бізнесу надаються через такі платформи як ЄБРР [1] та USAID, що сприяють зміцненню економічного потенціалу підприємств у кризові періоди [6].

Суттєва частина державної підтримки полягає в реалізації програм, що спрямовані на працевлаштування внутрішньо переміщених осіб забезпечуючи економічну інтеграцію цих громадян. Ініціатива «єРобота» передбачає програми фінансування малого та середнього бізнесу, що залучають соціально незахищені верстви населення та інвестують у місцеві громади [7].

Окрім фінансової підтримки, держава запроваджує освітні програми та платформи для обміну досвідом щодо реалізації соціально відповідальних практик. Зокрема, бізнеси мають доступ до інформаційних ресурсів та семінарів від Міністерства економіки України та міжнародних організацій, які орієнтують свою діяльність на підтримку підприємств в умовах війни.

Відповідно до розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 року № 66-р, затверджено Концепцію державної політики, спрямовану на розвиток соціально відповідального бізнесу в Україні до 2030 року, яка визначає ключові напрями діяльності [8].

Таким чином, у контексті воєнного стану державна підтримка соціально відповідального бізнесу в Україні носить інтегрований характер, поєднуючи фінансові стимули з інформаційно-консультативною підтримкою та програмами розвитку. Це сприяє збереженню соціально орієнтованих ініціатив бізнесу, забезпеченню його стійкості та посиленню соціальної згуртованості.

Практичні рекомендації для зміцнення стійкості та підтримки місцевих громад в умовах кризових викликів для бізнесу:

1. Адаптація соціально відповідальних ініціатив до кризових умов: слід розробити спеціальні програми підтримки для співробітників і місцевих громад, які можуть включати матеріальну допомогу, гнучкі умови праці та психологічну підтримку.

2. Розширення каналів збуту та партнерств: важливо забезпечувати доступність товарів і послуг навіть у складних умовах, чого можна досягти через розвиток нових каналів збуту, залучення місцевих партнерів та вдосконалення логістичних підходів.

3. Підвищення інноваційності у продуктах і послугах: кризи часто потребують нових підходів до ведення бізнесу, тому адаптація продуктів і послуг відповідно до потреб споживачів може стати важливою конкурентною

перевагою [9].

Акцент варто зробити на розробленні методології оцінки ефективності впроваджених ініціатив, що дасть змогу краще зрозуміти їхній вплив на стійкість бізнесу в умовах нестабільності.

Список використаних джерел

1. Маркович І., Бажанова Н., Паляниця В. Соціальне підприємництво та соціально відповідальний бізнес. *Нарощування фінансово-економічного потенціалу суб'єктів економічних відносин як основа поступального розвитку територіально-господарських систем* : монографія. Тернопіль : ФОП Паляниця В. А., 2021. С. 187-192.
2. Матвійчук Л. О., Ткач К. І. Генеза концепцій корпоративної соціальної відповідальності. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 6. С. 332–337. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/6_ukr/57.pdf. (дата звернення: 07.03.2025).
3. Червінська Л., Червінська Т., Каліна І. та ін. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2023. Т. 6. № 53. С. 405–416. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.53.2023.4187>.
4. Відповідальна поведінка бізнесу в часи війни в Україні. Дослідження контексту. *UNDP Україна*. 03.10.2023. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/publications/vidpovidalna-povedinka-biznesu-v-chasy-viyny-v-ukrayini-doslidzhennya-kontekstu>. (дата звернення: 07.03.2025).
5. Dielini M., Aksentiuk M. Social Responsibility of Business under the War Conditions. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 66. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-65>.
6. Grow your business in Ukraine. Overview. European Bank for Reconstruction and Development. URL: <https://www.ebrd.com/work-with-us/advice-for-small-businesses/ukraine.html> (дата звернення: 07.03.2025).
7. єРобота: Гранти від держави на відкриття чи розвиток бізнесу. *Міністерство економіки України*. URL: <https://is.gd/BcEGDI> (дата звернення: 07.03.2025).
8. Коваль О. Корпоративна соціальна відповідальність під час війни та в повоєнному відновленні. *Національний інститут стратегічних досліджень*. 2024. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/sotsialna-polityka/korporativna-sotsialna-vidpovidalnist-pid-chas-viyny-ta-v> (дата звернення: 07.03.2025).
9. Козюра І. В., Дорошенко В. В. Соціально відповідальний бізнес як стратегія зміцнення стійкості та конкурентоспроможності підприємств в умовах кризових викликів. *БізнесІнформ*. 2024. № 11. С. 294-300. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-11-294-300>.