

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

МОМОТ СЕРГІЙ ВІКТОРОВИЧ

УДК 332.14-026.17:[005.35:316.4:334.7](043.3)

ДИСЕРТАЦІЯ

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ІНСТРУМЕНТ
РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ**

Спеціальність 051 – Економіка

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

С. В. Момот

Науковий керівник:

Манн Руслан Володимирович, доктор економічних наук, професор

Черкаси – 2025

АНОТАЦІЯ

Момот С. В. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент реалізації принципів сталого розвитку регіону. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 – Економіка. – Черкаський державний технологічний університет. – Черкаси, 2025.

Дисертаційну роботу присвячено теоретико-методичним основам реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу на регіональному рівні задля отримання реальних можливостей реалізації Цілей сталого розвитку в економіці регіону і країни.

У роботі визначено конвенції ООН та основні нормативні вимоги МОП, що формують контури соціальної відповідальності бізнесу, проаналізовано їх зміст. Обґрунтовано можливі напрями спрямування зусиль щодо реалізації соціально відповідальної поведінки бізнесом та узагальнено складові соціальної відповідальності бізнесу, до яких було віднесено: відповідальність перед суспільством за виробництво достатніх обсягів високоякісної продукції; соціальний розвиток території розташування виробничих потужностей підприємця, мінімізація наслідків екологічного впливу; вибір та дотримання суб'єктом господарювання людиноцентристського підходу; захист та розвиток культурних цінностей і природного середовища території, акумулювання інвестицій у нагромадження знань й розробку інновацій. Здійснено етапізацію у часі процесу поступового становлення та розвитку концепції соціальної відповідальності бізнесу, що містить п'ять етапів та охоплює період з початку ХХ ст. і до наших днів.

Детальне дослідження офіційних міжнародних документів та наукових праць в тематиці сталого розвитку й соціальної відповідальності бізнесу дозволило сформулювати глобальні завдання: скорочення і подолання нанесеної діяльністю людини шкоди навколишньому природному середовищу на планеті; максимальне збереження різноманіття природного середовища та культурного життя на

планеті; кероване використання природних ресурсів планети; дотримання критеріїв раціональності, безпечності, доцільності та ефективності при прийнятті рішень; усвідомлення людством впливу сьогоdnішніх дій на сценарії розвитку майбутнього. Встановлено відповідність Цілей сталого розвитку виокремленим глобальним завданням. Наведено найбільш показові приклади реалізації в зарубіжній та українській практиці кожного глобального завдання зі сталого розвитку. Сформовано матрицю можливих шляхів реалізації суб'єктами господарювання регіонів країни взятих на себе зобов'язань в межах соціальної відповідальності бізнесу.

На основі вивчення результатів наукових досліджень, опублікованих науковцями різних країн світу в базі даних Scopus, проаналізовано актуальні практики реалізації соціальної відповідальності бізнесу, характерні для семи груп країн (країни світу з розвинутою економікою; країни Європи, що розвиваються; країни Азії, що розвиваються; країни Латинської Америки та Карибського басейну; країни Близького Сходу і Центральної Азії; країни Африки на південь від Сахари; об'єднані групи країн або регіони світу). Доведено, що в основі соціальної відповідальності бізнесу лежить не стільки законодавче спонукання («батоном» та/або «пряником») або широкі ресурсні можливості, необхідні для здійснення доброчинної та волонтерської діяльності, скільки соціально відповідальні переконання, високі моральні цінності та потужна внутрішня мотивація власників і вищого менеджменту компанії до усвідомленого ведення бізнесу, зорієнтованого на інтереси суспільства, екології та етичних норм.

Обґрунтовано принципи соціальної відповідальності бізнесу, дотримання яких буде сприяти досягненню соціальних, екологічних та фінансово-економічних переваг всіма стейкхолдерами. Перший принцип обумовлює прозорість, підзвітність та вичерпне розкриття інформації про вплив виробничо-господарської діяльності на навколишнє середовище та суспільство. Другий принцип окреслює відповідальність перед суспільством за ризики від кожного прийнятого управлінського рішення. Третій принцип вимагає здійснення інноваційного розвитку всіх сфер функціонування суб'єкта господарювання.

Четвертий принцип пов'язаний з орієнтацією на гуманність, моральність та відчуття суспільного обов'язку перед майбутніми поколіннями людства. Для кожного принципу в роботі визначено механізм його реалізації на практиці.

Окреслено три хвилі потужного зовнішнього впливу останніх років та проаналізовано їх соціально-економічні наслідки для економіки України. Перша хвиля пов'язана з проявом російської агресії у 2014 р., коли відбулася анексія української АР Крим та окупація частини території Донецької і Луганської областей. Друга хвиля відбулася на початку 2020 р., коли більше ніж на чотири роки в країні було оголошено карантин через пандемію від COVID-19 і введено відповідні карантинні обмеження. Третя хвиля була викликана повномасштабним військовим нападом РФ одночасно зі своєї території, з території сусідньої Білорусі та з окупованих й анексованих у 2014 р. українських земель, який почався 24 лютого 2022 р. Проаналізовано та визначено основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання України в кожному з трьох виокремлених хвиль кризових явищ, встановлено відмінності в діях підприємців.

Проаналізовано наявність та достатність нормативного підґрунтя для реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Здійснено співставлення короткострокових та довгострокових очікуваних результатів, проголошених в Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 р., та переліку заходів, спрямованих на їх реалізацію відповідно до затвердженого плану. Встановлено характер інструментів, які заплановано використати в Україні в межах затвердженого плану заходів для реалізації Концепції до 2030 р. Зроблено висновок, що наразі задіяно лише два з трьох можливих груп інструментів, а саме заходи інформаційно-консультаційного характеру та заходи організаційно-методичної підтримки суб'єктів господарювання щодо всіх аспектів активізації їх соціально відповідальної поведінки.

Проведено аналіз нормативно-законодавчої бази України, який дозволив констатувати, що затверджених на законодавчому рівні важелів впливу, які б дієво сприяли активізації соціально відповідальної поведінки представників

ділового середовища в Україні на даний момент не існує, що суттєвим чином стримує розвиток соціально відповідального руху в бізнесі. За умови відсутності нормативного документу на національному рівні, базові основи регулювання дій у сфері соціальної відповідальності бізнесу мають здійснюватися в Україні відповідно до Міжнародного Стандарту SA8000 «Соціальна відповідальність» з моменту його прийняття країною 01.10.2007 р. Натомість встановлено, що в Україні сертифікацію пройшло лише два підприємства і на даний момент обидва сертифікати є відкликаними.

Проаналізовано ступінь спрямованості стратегій розвитку регіонів України на період 2021-2027 рр. на активізацію соціальної відповідальності бізнесу. Отримано висновок, що найвищий рівень спрямованості на активізацію соціальної відповідальності бізнесу є характерним для стратегії розвитку Тернопільської області, де не лише поставлено конкретні цілі щодо поширення серед представників регіонального бізнесу принципів соціальної відповідальності, а й детально прописано механізм досягнення означених цілей із зазначенням необхідних для стратегічного розвитку області граничних значень відповідних показників. На другому місті йдуть Донецька, Київська та Кіровоградська області, у стратегіях розвитку яких наголошується на необхідності залучення бізнесу до розв'язання соціальних проблем регіону та лаконічно формулюються шляхи поширення соціально відповідальної поведінки серед представників бізнесу області, що в основному планується робити через просвітницькі заходи. На третьому місті Чернігівська та Одеська області, у стратегіях розвитку яких констатовано доцільність розвитку руху соціальної відповідальності представників ділового середовища, проте не визначено механізму та інструментів досягнення поставлених цілей. Вісімнадцять областей, і серед них економічно й промислово розвинені Харківська, Дніпропетровська та Запорізька, в текстах стратегій регіонального розвитку не містять жодного згадування про соціальну відповідальність бізнесу.

Доведено, що залежно від соціально-економічного розвитку країни, рівня прибутковості й ступеня фінансової свободи безпосереднього представника

ділового середовища регіону спектр потенційно можливих ініціатив соціального характеру, який він може застосувати на практиці, реалізуючи власну потребу в соціальній відповідальності, може бути доволі широким та різномірним. Проте, орієнтуючись на критерії об'єктивності, доцільності, економічності та прагнучі встановити лише потенційні контури соціально відповідальних ініціатив представників бізнесу, в роботі обґрунтовано основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання, які найбільшим чином сприяють досягненню кожної з сімнадцяти Цілей сталого розвитку та оздоровленню економіки регіону. Наприклад, для реалізації Цілі 1. Подолання бідності, обґрунтовано доцільність на регіональному рівні створення нових робочих місць, підтримки малого та середнього бізнесу, реалізації проєктів соціального характеру та інвестування в соціальну інфраструктуру. Реалізація Цілі 4. Якісна освіта на регіональному рівні потребує від суб'єктів господарювання докладання зусиль, спрямованих на підвищення якості загальної середньої та профільної освіти, нагромадження людського капіталу та проведення спільних наукових досліджень разом із ЗВО. Реалізація Цілі 9. Промисловість, інновації та інфраструктура на регіональному рівні вимагає комплексної модернізації промислового виробництва, впровадження інновацій та нових технологій, інвестування в науку, розширення доступу до цифрових технологій і розвитку інфраструктури.

Обґрунтовано переваги та виклики, які отримає бізнес через впровадження новітніх технологій в сферу реалізації функції соціальної відповідальності. Запропоновано прогресивні методи і технології, впровадження яких в діяльність підприємства буде сприяти більш ефективній реалізації функції соціальної відповідальності бізнесу. В якості таких методів суб'єктам господарювання запропоновано здійснити реінжиніринг бізнес-процесів через запровадження технологій ресурсозбереження, зеленої та циркулярної економіки, використання штучного інтелекту, Інтернету речей, цифрових двійників підприємства та розумної екології, відновлювальних джерел енергії та методів енергоефективності, технологій блокчейну. У систему комунікації та взаємодії зі

стейкхолдерами доцільно впровадити такі технології, як соціальні мережі, мобільні додатки та web-платформи, гейміфікацію, краудсорсинг та краудфандинг. В якості соціальних та освітніх інструментів пропонується використати різні форми співпраці з ЗВО регіону, соціальне підприємництво та корпоративне волонтерство.

Проведено оцінювання рівня зацікавленості суб'єкта господарювання регіону в реалізації заходів в межах соціальної відповідальності бізнесу, спрямованих на досягнення Цілей сталого розвитку за критерієм наближеності до стратегічних цілей діяльності підприємства (отримання прибутку та перспективний розвиток). За результатами оцінювання можливі заходи поділено на такі, що характеризуються високим, середнім та низьким рівнем зацікавленості суб'єктів господарювання в їх здійсненні. Найбільша кількість заходів потрапила до категорії «низька зацікавленість суб'єктів господарювання» і здебільшого вони не відносяться до сфери безпосередньої відповідальності суб'єктів господарювання, а основними замовниками та відповідальними за реалізацію цих ініціатив мають виступати органи регіональної влади. Водночас здійснити означені заходи органи регіональної влади без активної участі представників ділового середовища регіону не зможуть і тому на регіональному рівні має бути розробленим механізм підвищення рівня зацікавленості суб'єктів господарювання регіону задля придання вірного вектору їх економічним інтересам у справі реалізації заходів соціального, екологічного та культурного характеру. Обґрунтовано ключові групи інструментів впливу на економічні інтереси суб'єктів господарювання України з метою активізації соціальної відповідальності бізнесу в регіоні, до яких віднесено іміджеві, фінансові та організаційні. Визначено зміст, механізм дії, обмеження та конкретні інструменти впливу в межах кожної з запропонованих груп інструментів. Доведено, що найбільшого ефекту можливо буде досягти при збалансованому використанні одночасно трьох запропонованих груп інструментів.

Ключові слова: бізнес, соціальна відповідальність, сталий розвиток, регіон, суб'єкти господарювання, кризові явища, стратегія, ділове середовище.

ABSTRACT

Momot S. V. Social responsibility of business as a tool for implementing the principles of sustainable development of the region. – Qualification scientific work as a manuscript.

Thesis for PhD in Economic Sciences, speciality 051 – Economy. – Cherkasy State Technological University. – Cherkasy, 2025.

The dissertation is devoted to the theoretical and methodological foundations for implementing the concept of social responsibility of business at the local level in order to obtain real opportunities for performing the Sustainable Development Goals in the regional and national economies.

The work identifies the UN conventions and the major ILO requirements that form the outlines of business social responsibility and analyzes their content. Possible directions of efforts to implement socially responsible business behavior are justified and components of business social responsibility are summarized, which include: responsibility to society for the production of sufficient volumes of high-quality goods; social development of the territory where the entrepreneur's production facilities are located, minimization of the environmental impact consequences; adherence to a human-centered approach by a business entity; protection of cultural values and local natural environment, accumulating investments for knowledge and innovations progress. The author has carried out the phasing for gradual formation and development of business social responsibility concept which includes five stages and covers the period from the beginning of the twentieth century to this day.

A detailed study of official international documents and scientific papers on sustainable development and social responsibility of business has made it possible to formulate global objectives: reducing and overcoming the damage caused by a human to the environment; maximum preservation of the natural environment and cultural life diversity on the planet; controlled use of the natural resources; compliance with the performance criteria, safety, expediency and efficiency in decision-making; awareness of the impact of present day actions on the future development. The author establishes the correspondence between the Sustainable Development Goals and

the global objectives mentioned above. The most illustrative examples of each global sustainable development goal implementation in foreign and Ukrainian practice are presented. A matrix of possible directions for the implementation of the obligations assumed by business entities in the regions of the country within the framework of business social responsibility is formed.

Based on the study of the scientific research results published in Scopus database, the thesis analyzes current practices of implementing social business responsibility, typical for seven groups of countries (developed economies; developing European countries; developing Asian countries; Latin America and the Caribbean countries; Middle East and Central Asia; Sub-Saharan Africa; combined groups of countries or regions of the world). It is proved that social business responsibility is based not so much on legislative incentives (carrot-and-stick approach) and not on resource opportunities necessary for charitable and volunteer activities, but on social responsibilities, high moral values and strong internal motivation of the owners and top management of the company to consciously conduct business focused on the interests of society, the environment and ethical standards.

The research substantiates the principles of social business responsibility contributing to the achievement of social, environmental, financial and economic benefits by all stakeholders. The first principle stipulates transparency, accountability and comprehensive disclosure of information about the impact of production and economic activities on the environment and society. The second principle outlines responsibility to the society for the risks of each management decision. The third principle requires innovative development in all areas of the business entity operation. The fourth principle focuses on humanity, morality and a sense of social duty towards future generations. For each principle, the work defines mechanisms of its practical implementation.

The dissertation outlines three waves of powerful external influence on the Ukrainian economy over the recent years and analyzes their socio-economic consequences. The first wave is associated with the start of Russian aggression in 2014, when the annexation of the Ukrainian Autonomous Republic of Crimea and

the occupation of some territories in Donetsk and Luhansk regions took place. The second wave occurred in early 2020, when the pandemic restrictions due to COVID-19 were imposed. The third wave was caused by a full-scale military invasion of the Russian Federation (February 24, 2022) simultaneously from its territory, from the territory of neighboring Belarus and from the Ukrainian lands occupied and annexed in 2014. The thesis identifies the main directions of socially responsible behavior by Ukrainian business entities in each of the mentioned three waves of crisis phenomena, and identifies differences in the actions of entrepreneurs.

The work analyzes the availability and sufficiency of the regulatory framework for implementing the concept of social responsibility for business in Ukraine. The researcher compares the expected short-term and long-term results proclaimed in *The Concept of Implementing the State Policy in Promotion of Socially Responsible Business Development in Ukraine for the Period up to 2030*, and the list of measures aimed at their realization in accordance with the plan approved. The tools to be used within the framework of the approved action plan for implementing the Concept is determined. It is concluded that currently only two of the three possible groups of instruments are used, namely, information and advisory measures and measures of organizational and methodological support for business entities in all aspects of enhancing their socially responsible behavior.

The regulatory framework of Ukraine is analyzed, which allows to state that currently there are no legislative levers to effectively promote the activation of socially responsible behavior in business environment of Ukraine. It significantly hinders the development of the socially responsible business in the country. Given the absence of a regulatory document at the national level, the basic framework for regulating actions in the field of business social responsibility should be carried out in accordance with the International Standard SA8000 “Social Responsibility” since its adoption by the country on October 1, 2007. Instead, it was found that only two companies in Ukraine were certified and both certificates have been revoked.

The degree of focusing the development strategies of Ukrainian regions (2021 – 2027) on enhancing business social responsibility is studied. It is concluded that the

highest level of focus on activating business social responsibility is characteristic of the Ternopil region's development strategy, which not only sets specific goals for disseminating the principles of social responsibility among regional business representatives, but also prescribes in detail the mechanism for achieving these goals, indicating the threshold values of the relevant indicators necessary for the strategic development of the region. Donetsk, Kyiv, and Kirovohrad regions are in second place, with development strategies emphasizing the need to involve business in solving social problems in the region and formulating ways to promote socially responsible behavior among regional business representatives, which is mainly planned to be done through educational activities. The third place is occupied by Chernihiv and Odesa oblasts, whose development strategies state the expediency of developing a social responsibility among business representatives, but do not define the mechanisms and tools for achieving the goals. Eighteen regions, including the economically and industrially developed Kharkiv, Dnipro, and Zaporizhzhia regions, do not contain any mention of social responsibility in their development strategies.

It is proved that, depending on the socio-economic development of the country, the level of profitability and the degree of financial freedom of the business environment in the region, the range of potentially possible social initiatives applicable in practice, realizing their need for social responsibility, can be quite wide and heterogeneous. However, based on the criteria of objectivity, expediency, and cost-effectiveness, seeking to establish the potential outlines of socially responsible initiatives of business representatives, the paper substantiates the main areas of socially responsible behavior for business entities that contribute most to the achievement of seventeen Sustainable Development Goals and the recovery of the regional economy. For example, to achieve *Goal 1. Overcome Poverty*, the feasibility of creating new jobs, supporting small and medium-sized businesses, implementing social projects, and investing in social infrastructure at the regional level is substantiated. Implementation of *Goal 4. High-Quality Education at the Regional Level* requires business entities to make efforts to improve the quality of general secondary and specialized education, accumulate human capital and conduct joint research with higher education institutions.

Implementation of *Goal 9. Industry, Innovation and Infrastructure at the Regional Level* requires comprehensive modernization of industrial production, introduction of innovations and new technologies, investment in science, expanding access to digital technologies and infrastructure development.

The advantages and challenges that business will receive through the introduction of the latest technologies for social responsibility functioning are substantiated. Progressive methods and technologies are proposed, the introduction of which for the enterprise activity will contribute to a more efficient implementation of business social responsibility functioning. Business entities are offered to reengineer business processes through the introduction of resource saving technologies, green and circular economy, artificial intelligence, the Internet of Things, digital twins of an enterprise and smart ecology, renewable energy sources and energy efficiency methods, blockchain technologies. It is advisable to introduce technologies such as social networks, mobile applications and web platforms, gamification, crowdsourcing and crowdfunding into the system of communication and interaction with stakeholders. It is proposed to use various forms of cooperation with regional higher education institutions, social entrepreneurship, corporate volunteering as social and educational tools.

The dissertation assesses the level of interest of a business entity in the region in implementing measures within the framework of business social responsibility aimed at achieving the Sustainable Development Goals by the proximity to the strategic goals of the enterprise – profit. Based on the assessment results, the possible measures were divided into those characterized by a high, medium, and low level of interest for business entities in their implementation. The largest number of measures fell into the category of “low interest for business entities”. They mostly do not fall under the direct responsibility of business entities, the main customers and those responsible for implementing these initiatives should be regional authorities. At the same time, the regional authorities will not be able to implement these measures without the active participation of the local business environment representatives, and therefore a mechanism should be developed at the regional level to increase the involvement of local business entities in order to give the right vector to their economic interests in

implementing social, environmental and cultural measures. The key groups of instruments for influencing the economic interests of Ukrainian business entities with a view to enhancing the social responsibility of business in the region are substantiated, which include image, financial and organizational ones. The author identifies the content, mechanism of action, limitations and specific instruments of influence within each of the proposed groups of instruments. The greatest effect can be achieved with the balanced use of the proposed groups of instruments simultaneously.

Keywords: business, social responsibility, sustainable development, region, business entities, crisis phenomena, strategy, business environment.

Список опублікованих праць за темою дисертації

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

Статті в наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України:

1. Момот С.В. Вплив соціальної відповідальності бізнесу на реалізацію принципів сталого розвитку в регіоні. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки.* Черкаси: ЧДТУ, 2022. Вип. 64. С. 27-36.

2. Момот С.В. Соціальна відповідальність бізнесу як важіль подолання соціально-економічних наслідків криз. *Економіка і організація управління.* 2023. №2 (50). С. 160-170.

3. Момот С.В. Прояв соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання України в період криз останніх років. *Вісник Одеського національного університету. Економіка.* 2023. Т. 28. Вип. 4 (98). С. 56-62.

4. Hladkii D., Momot S. Mechanisms of the development of social entrepreneurship in Ukraine. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки.* Черкаси: ЧДТУ, 2023. Вип. 70. С. 67-77.

Особистий внесок: визначено фактори розвитку соціального

підприємництва в Україні на основі поширення соціально відповідальної поведінки у діловому середовищі країни.

5. Момот С.В. Напрями реалізації суб'єктами господарювання соціально відповідальної поведінки в межах цілей сталого розвитку. *Via Economica*. 2024. Вип. 5. С. 130-137.

Розділ у колективній монографії:

6. Момот С.В. Роль соціальної відповідальності бізнесу в підвищенні якості життя населення регіону. *Improving living standards in a globalized world: opportunities and challenges: monograph / editors: Tetyana Nestorenko, Tadeusz Pokusa*. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2021. 2.16. P. 300-306.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

7. Момот С.В. Соціальна відповідальність бізнесу: передумови виникнення та поширення. *Теорія і практика сучасної економіки*: матеріали XXII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Черкаси, 20 жовт. 2021 р.) / відп. ред. Р.В. Манн; Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси: ЧДТУ, 2021. С. 41-43.

8. Момот С.В. Аргументи щодо доцільності поширення принципів соціальної відповідальності бізнесу. *Проблематика та інноваційна парадигма розвитку економіки, бізнесу та hr-інжинірингу*: матеріали I Міжнар. наук.-практ. дистанційної конф. (м. Хмельницький, 11-12 лист. 2021 р.). Хмельницький: ХНУ, 2021. С. 231-233.

9. Момот С.В. Етапи становлення та розвитку концепції соціальної відповідальності бізнесу. *Socially Competent Management of Corporations in a Behavioral Economy: collection of scientific papers. Chapter 2* (Podhájka, Slovak Republic – Lutsk, Ukraine, 24-25 November 2021) / resp. ed. Kostiantyn Pavlov, Josef Zat'ko, Olena Pavlova, Liudmila Shostak, Tatiana Bukoros. Podhájka – Lutsk: European institute of further education, Lesya Ukrainka Volyn National University, Volynpoligraph, 2021. P. 193-194.

10. Момот С.В. Визначальні складові соціальної відповідальності бізнесу.

Виклики та перспективи розвитку нової економіки на світовому, державному та регіональному рівнях: збірник матеріалів XVI Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 25-26 лист. 2021 р.) / за ред. А.В. Череп. Запоріжжя: ФОП Мокшанов В.В., 2021. С. 250-251.

11. Момот С.В. Роль соціально відповідального бізнесу в реалізації принципів сталого розвитку. *Проблеми розвитку соціально-економічних систем в національній та глобальній економіці: праці XXII Всеукр. наук. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених (м. Вінниця, 18 квіт. 2022 р.) / ред. кол. Хаджинов І.В. (голова) та ін. Т. 1. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2022. С. 29-32.*

12. Момот С.В. Принципи поширення соціальної відповідальності бізнесу в регіоні. *Сучасні кризові явища в економіці та проблеми облікового, контрольного та аналітичного забезпечення управління підприємством: матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Луцьк, 24 черв. 2022 р.). Вип. 14. Луцьк: ВІП ЛНТУ, 2022. С. 130-132.*

13. Momot S. Principles of supporting the social responsibility of business. *Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices: materials of the Monthly International Scientific and Practical Conference (Tallinn, 28-29 July 2022) / gen. ed. Olha Prokopenko, Aleksander Sapiński. Tallinn: Teadmus OÜ, 2022. P. 51-53.*

14. Момот С.В. Інструментарій підтримки соціальної відповідальності бізнесу в регіоні. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: матеріали XXX Міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD-2022 (м. Харків, 19-21 жовт. 2022 р.). Харків: НТУ «ХПІ», 2022. С. 567.*

15. Момот С.В. Нормативне підґрунтя для реалізації соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Теорія і практика сучасної економіки: матеріали XXIII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Черкаси, 20 жовт. 2022 р.) / відп. ред. Р.В. Манн; Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси: ЧДТУ, 2022. С. 116-117.*

16. Момот С. Законодавча підтримка соціально відповідальної поведінки бізнесу в Україні. *Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному*

вимірах: матеріали IX Міжнар. наук.-практ. конф.: збірник тез доповідей (м. Тернопіль, 05 лист. 2022 р.) / за заг. ред. О.В. Панухник. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2022. С. 20-22.

17. Momot S. Components of social responsibility and arguments for the transition to socially responsible behavior by business. *Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices: materials of the Monthly International Scientific and Practical Conference (Tallinn, 28-29 April 2023) / gen. ed. Olha Prokopenko. Tallinn: Teadmus OÜ, 2023. P. 83-85.*

18. Момот С.В., Манн Р.В. Розвиток бізнес-процесів у напрямі забезпечення реалізації принципів сталого розвитку регіону. *Розвиток статистики бізнес процесів в умовах інформаційно-комунікаційних технологій та глобальних зрушень: проблеми та перспективи: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених (м. Одеса, 22 трав. 2024 р.) / за заг. ред. С.І. Рассадникової; Міжнародний гуманітарний університет. Tallinn: Teadmus, 2024. С. 69-72. 0,20 д.а.*

Особистий внесок: охарактеризовано особливості застосування реінжинірингу бізнес-процесів як одного з дієвих інструментів реалізації функції соціальної відповідальності суб'єктами господарювання.

Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:

19. Одінецов М.М., Одінецов О.М., Момот С.В. Вплив обсягів капітальних інвестицій на зростання валового регіонального продукту в регіонах України. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. Черкаси: ЧДТУ, 2021. Вип. 63. С. 33-41.*

Особистий внесок: встановлено логічну залежність між достатністю спрямування доходів на капітальні інвестиції та рівнем соціально-економічного розвитку регіону.

20. Манн Р.В., Березюк-Рибак І.Р., Момот С.В. Посилення ролі соціальної відповідальності бізнесу у постпандемічний період. *Трансформація підходів в*

управлінні та маркетингу у постпандемічний період: монографія / під заг. ред. д.е.н., проф. Храпкіної В.В., к.е.н., доц. Пічик К.В. Київ: Інтерсервіс, 2022. Підр. 3.3. С. 145-152.

Особистий внесок: визначено роль Міжнародної організації праці в формуванні ідей соціальної відповідальності бізнесу та проаналізовано сутність її трьох основних моделей.

21. Zanora V., Momot S., Bedrii D., Fonar L. Conflict management in enterprise development project teams. *Академічний огляд*. 2023. №1 (58). С. 187-204. (Web of Science).

Особистий внесок: розроблено контекстну діаграму аналізу стилів поведінки членів команди проєкту в конфліктній ситуації як індикатора соціально відповідального бізнесу.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	19
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В РЕГІОНІ.....	29
1.1. Теоретичні основи реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу на регіональному рівні.....	29
1.2. Обґрунтування впливу соціальної відповідальності бізнесу на реалізацію в регіоні Цілей сталого розвитку.....	46
1.3. Зарубіжний досвід формування культури соціальної відповідальності бізнесу.....	65
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ ТА ПІДґРУНТЯ ДЛЯ ПОШИРЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ.....	88
2.1. Соціальна відповідальність бізнесу як важіль подолання соціально- економічних наслідків кризових явищ різного характеру.....	88
2.2. Нормативне підґрунтя для реалізації соціальної відповідальності бізнесу в Україні.....	108
2.3. Діагностика стратегічної спрямованості регіональної політики України на активізацію соціальної відповідальності бізнесу та сталий розвиток.....	127
РОЗДІЛ 3. МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНО- СТІ БІЗНЕСУ З МЕТОЮ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ.....	144
3.1. Обґрунтування напрямів реалізації суб'єктами господарювання регіону соціально відповідальної поведінки в межах Цілей сталого розвитку.....	144
3.2. Сучасні методи та технології сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в регіоні.....	164
3.3. Інструменти впливу на економічні інтереси суб'єктів господарювання з метою активізації соціальної відповідальності бізнесу задля сталого розвитку регіону.....	182
ВИСНОВКИ.....	203
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	208
ДОДАТКИ.....	243

ВСТУП

Актуальність теми. Більшість людей на планеті, незалежно від того, живуть вони сьогодні або жили сто років тому, прагнуть мати вищий рівень доходу, який би максимально задовольнив їх поточні та стратегічні потреби, покращив рівень та якість їхнього життя. Це перманентне прагнення серед іншого лежить в основі техніко-технологічного прогресу людства, що є досить позитивним аспектом економічного зростання регіонів, проте супроводжується певними негативними наслідками. По-перше, техніко-технологічний прогрес потребує для своєї реалізації використання великої кількості ресурсів, запаси більшості з яких на планеті є обмеженими, а технологічний процес видобутку є агресивним для екосистеми. По-друге, нарощування темпів промислового виробництва здійснює руйнівний вплив на навколишнє середовище, що негативно позначається на рівні здоров'я та тривалості життя населення. По-третє, розвиток виробництва залежить від багатьох факторів (достатні інвестиції, доступ до матеріальних ресурсів, природно-кліматичні умови, забезпеченість кваліфікованим персоналом, талантами тощо) і тому здійснюється нерівномірно в регіонах, що веде до суттєвих розбіжностей в рівні економічного розвитку країн та якості життя населення. Отже, результатом прогресу людства стало нагромадження цілого комплексу проблем, які потребують негайного вирішення і на даний момент іншого шляху, ніж реалізовувати Цілі сталого розвитку для цього не існує.

Реалізація принципів сталого розвитку, а саме економічної стабільності, соціальної справедливості та екологічної стійкості, головною мірою залежить від діяльності суб'єктів господарювання, так як саме вони мають необхідні ресурси, важелі впливу та можливості для вирішення і подальшого запобігання більшості проблем, з якими сьогодні стикається людство. Готовність та зацікавленість бізнесу вирішувати ці проблем, визначається його соціальною відповідальністю. Отже, досягнення Цілей сталого розвитку на певній території буде залежати від поширення в її діловому середовищі культури соціальної відповідальності та тих важелів мотивації, які використовує місцева влада для активізації цих процесів.

Теорія соціальної відповідальності бізнесу на даний момент перебуває у активному розвитку. М. Біггері (M. Biggeri), В. Валорі (V. Valori), Л. Ван (L. Wang), К. Гайо (C. Gaio), Т. Гонсалвес (T. Gonçalves), Н. Доні (N. Doni), П. Коллаццо (P. Collazzo), Д. Колуччі (D. Colucci), З. Ма (Z. Ma), С. Махентіран (S. Mahenthiran), К. Паділья-Лозано (C.P. Padilla-Lozano), Р. Сет (R. Seth), Р. Цуй (R. Cui) у своїх дослідженнях розкривають причинно-наслідкові зв'язки, які лежать в основі готовності суб'єктів господарювання регіону до здійснення конкретних проєктів в межах соціальної відповідальності бізнесу й добровільної публікації нефінансової звітності на власних офіційних сайтах, визначають вигоди від цих заходів для підприємців. Одночасно науковцями (К. Аксельссон (K. Axelsson), П. Альборес (P. Albores), Й. Балета (J. Baleta), Н. Бассі (N. Bassi), М. Бергквіст (M. Bergquist), Л. Брейтенмозер (L. Breitenmoser), Н. Дхар (N. Dkhar), Х. Мікулчич (H. Mikulčić), Й. Клемеш (J. Klemeš), Г. Куадрадо Кесада (G. Cuadrado Quesada), А. Куевас-Ромо (A. Cuevas-Romo), П. Огерфальк (P. Ågerfalk), О. Родрігес-Еспіндола (O. Rodríguez-Espíndola), З. Цзя (Z. Jia), Ю. Цзяо (Y. Jiao), З. Чень (Z. Chen), В. Чжан (W. Zhang), С. Чоудхурі (S. Chowdhury)) проводяться дослідження, які конкретизують вклад соціально відповідальних суб'єктів господарювання у процеси формування економіки сталого розвитку. У цьому контексті науковцями виявлено такі напрями соціально відповідальної діяльності підприємств, як розвиток бізнесу сільського або зеленого туризму в системі екологічного менеджменту, управління очищенням та повторним використанням стічних вод, поширення принципів циркулярної економіки та інновацій, орієнтованих на сталий розвиток, створення чистих технологій, розв'язання проблеми зміни клімату.

Українська наукова спільнота також активно досліджує питання взаємозв'язку соціальної відповідальності бізнесу та сталого розвитку економіки регіону. Дослідження у цьому напрямі здійснюють Л. Баценко, Л. Дашутіна, О. Другова, А. Гречко, Ю. Залознова, О. Захарова, Т. Кобелева, Ю. Клюс, О. Кудріна, А. Нагієва, П. Перерва, О. Подрез, І. Пріхно, Л. Проданова,

Г. Сиротюк, Д. Райко, М. Руда, В. Рябченко, С. Турчина, С. Філіппова, С. Цевух, Л. Шаульська, О. Шульга. Науковцями доведено доцільність закладання в основу дієвої соціально відповідальної бізнес-моделі сучасності принципу циркулярності, проривних інновацій, інструменту зеленого маркетингу, соціального підприємництва.

Завдяки наявному науковому доробку створено фундамент теорії соціальної відповідальності бізнесу. Разом з тим, потребують подальших досліджень конкретизація ролі соціально відповідального бізнесу в реалізації принципів та Цілей сталого розвитку, що має стати умовою соціально-економічного, екологічного й демократичного оздоровлення українського суспільства.

Наукове завдання роботи полягає у теоретичному обґрунтуванні передумов, можливостей та концептуальних засад реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу регіону як дієвого інструменту сталого розвитку регіональної економіки.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційну роботу виконано відповідно до тематики науково-дослідних робіт Черкаського державного технологічного університету (м. Черкаси) Міністерства освіти і науки України. При виконанні теми «Теорія і практика сталого розвитку: держава, бізнес, громада» (державний реєстраційний номер 0120U104957, 2020-2023 рр.) дисертантом обґрунтовано можливі напрями реалізації суб'єктами господарювання країни взятих на себе зобов'язань в межах соціальної відповідальності бізнесу відповідно до проголошених глобальних завдань та Цілей сталого розвитку. При виконанні теми «Смарт-спеціалізація та інноваційна парадигма розвитку національної економіки: пріоритети та перспективи» (державний реєстраційний номер 0121U114146, 2021-2024 рр.) дисертантом обґрунтовано роль соціальної відповідальності бізнесу у справі подолання в українській економіці соціально-економічних наслідків кризових явищ, викликаних пандемією COVID-19 та повномасштабним військовим вторгненням РФ на територію України.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є обґрунтування

теоретичних засад реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу в регіоні та формування практичних рекомендацій щодо підвищення ролі суб'єктів господарювання в досягненні Цілей сталого розвитку на рівні регіональної економіки.

Для досягнення поставленої мети в роботі розв'язано такі завдання:

- сформовано теоретичну базу реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу в регіоні;
- обґрунтовано матрицю шляхів реалізації бізнесом ініціатив в межах концепцій соціальної відповідальності та сталого розвитку регіону;
- сформульовано принципи соціальної відповідальності бізнесу;
- обґрунтовано методичний підхід до оцінювання проявів соціальної відповідальності бізнесу залежно від впливу кризових явищ;
- розроблено методичний підхід до комплексного оцінювання стратегічної орієнтації регіону на активізацію соціальної відповідальності бізнесу;
- запропоновано концептуальний підхід до окреслення контурів реалізації бізнесом соціальної відповідальності в межах Цілей сталого розвитку;
- сформовано портфель методів і технологій підвищення ефективності реалізації бізнесом функції соціальної відповідальності;
- визначено інструменти впливу на економічні інтереси суб'єктів господарювання з метою активізації соціальної відповідальності бізнесу в регіоні.

Об'єктом дослідження є процес реалізації в регіоні соціальної відповідальності бізнесу як інструменту сталого розвитку.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і прикладних аспектів сталого розвитку регіону через реалізацію концепції соціальної відповідальності бізнесу.

Методи дослідження. Методологічною основою дисертації є сукупність способів наукового пізнання, методів і прийомів, що використовувалися в процесі дослідження. Теоретичну основу дисертаційної роботи становлять фундаментальні положення економічної теорії, економічного аналізу, регіональної економіки, наукові праці вітчизняних і зарубіжних науковців

стосовно питань сталого розвитку регіону, використання інструментів активізації соціальної відповідальності суб'єктів господарювання в регіоні, систематизації зарубіжного досвіду до реалізації проєктів соціальної відповідальності бізнесу.

Правове поле дослідження становили чинні законодавчі й нормативно-правові акти Верховної Ради України і Кабінету Міністрів України, органів державної влади та місцевого самоврядування країни, офіційні документи Організації об'єднаних націй, Міжнародної організації праці, Світового банку. Фактологічну базу дисертаційної роботи було сформовано в результаті обробки статистичних даних Державної служби статистики України, Головних управлінь статистики в областях України, інформації, наведеної на офіційному сайті CSR Ukraine, особистих спостережень автора.

Для досягнення поставленої мети і реалізації визначених завдань у роботі використано такі методи та підходи: *системний та історичний підходи* (для деталізації етапів становлення та розвитку концепції соціальної відповідальності бізнесу, систематизації принципів соціальної відповідальності бізнесу), *логічного узагальнення та абстрагування* (для обґрунтування складових соціальної відповідальності бізнесу, узагальнення зарубіжного досвіду формування культури соціальної відповідальності бізнесу, характеристики нормативного підґрунтя реалізації соціальної відповідальності бізнесу, окреслення ключових інструментів впливу на економічні інтереси суб'єктів господарювання з метою активізації соціальної відповідальності бізнесу в регіоні), *абсолютних, відносних і середніх величин, аналізу рядів динаміки та структурних зрушень* (для визначення основних напрямів прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання в першу, другу та третю хвилі кризових явищ останніх років), *порівняльного та графічного аналізу* (для порівняння зарубіжних і вітчизняних прикладів успішної реалізації бізнесом глобального завдання зі сталого розвитку, характеристики ключових інструментів впливу на економічні інтереси суб'єктів господарювання з метою активізації соціальної відповідальності бізнесу в регіоні), *картографічний* (для дослідження ступеня спрямованості стратегій розвитку регіонів на активізацію соціальної відповідальності бізнесу),

компаративного аналізу (для опису соціально-економічних наслідків для економіки країни дії кризових явищ останніх років), *ранжування* (для групування країн світу, обраних для ілюстрації реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу, за рівнем розвитку економіки), *експертних оцінок та співставлення* (для оцінювання рівня зацікавленості суб'єкта господарювання в реалізації заходів в межах соціальної відповідальності бізнесу, обґрунтування напрямів реалізації суб'єктами господарювання взятих на себе зобов'язань в межах соціальної відповідальності бізнесу відповідно до Цілей сталого розвитку).

Наукова новизна одержаних результатів полягає у поглибленні теоретико-методичних засад і розробленні науково-практичних рекомендацій щодо реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу на регіональному рівні як інструменту сталого розвитку регіональної економіки.

Наукова новизна результатів дослідження полягає в такому:

удосконалено:

понятійно-категорійний апарат дослідження, зокрема окреслено складові соціальної відповідальності бізнесу, які, на відміну від існуючих, охоплюють відповідальність суб'єкта господарювання перед суспільством за виробництво якісного продукту, соціальний розвиток території та мінімізацію екологічного впливу, дотримання людиноцентристського підходу, розвиток культурних цінностей та спрямування інвестицій у знання та інновації, орієнтація на які сприятиме зниженню негативного впливу виробничої діяльності на навколишнє середовище та підвищенню кінцевого фінансового результату функціонування підприємства через зростання лояльності стейкхолдерів до нього;

методичний підхід до оцінювання проявів соціальної відповідальності бізнесу залежно від впливу кризових явищ, який, на відміну від наявних, ґрунтується на виокремленні найбільш потужних хвиль зовнішнього впливу на національну та регіональну економіку, комплексному оцінюванні їх соціально-економічних наслідків та конкретизації й узагальненні реакції бізнесу на кожну хвилю, що має стати підґрунтям для обґрунтування органами регіональної влади стратегічних рішень щодо активізації суб'єктів господарювання до соціально

відповідальної поведінки як під час кризи, так і у відносно стабільні періоди розвитку регіону;

методичний підхід до комплексного оцінювання стратегічної орієнтації регіону на активізацію соціальної відповідальності бізнесу, який, на відміну від наявних, базується на визначенні ступеня спрямованості стратегій розвитку регіонів країни на поширення серед представників регіонального бізнесу принципів соціальної відповідальності за критеріями встановлення цілей, визначення механізму та деталізації інструментів їх досягнення, результати використання якого мають стати основою для уточнення стратегічних напрямів розвитку регіону на майбутні періоди у контексті збільшення можливостей для його сталого розвитку;

концептуальний підхід до окреслення контурів реалізації бізнесом функції соціальної відповідальності в межах Цілей сталого розвитку, що, на відміну від наявних базується на визначенні та конкретизації основних напрямів прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання, які найбільшим чином сприяють досягненню економікою регіону кожної з сімнадцяти Цілей сталого розвитку, орієнтація на які одночасно бізнесом та органами регіональної влади дозволить спрямувати проекти і заходи з соціальної відповідальності на побудову в регіоні економіки сталого розвитку;

набули подальшого розвитку:

матриця шляхів реалізації бізнесом ініціатив в межах концепцій соціальної відповідальності та сталого розвитку регіону, в основу якої, на відміну від наявних, покладено конкретизацію заходів та ініціатив бізнесу залежно від поставленого глобального завдання, Цілей сталого розвитку, які його розкривають, та обраного суб'єктом господарювання напряму спрямування зусиль в межах соціальної відповідальності, орієнтація на які дозволить синхронізувати бізнес-ініціативи представників ділового середовища регіону з зусиллями регіональних органів влади щодо розв'язання найбільш гострих проблем території соціального та екологічного характеру;

принципи соціальної відповідальності бізнесу, які, на відміну від наявних,

сформульовано на основі вивчення актуальних практик реалізації соціальної відповідальності бізнесу в країнах з різним рівнем економічного розвитку і які обумовлюють добровільність й повноту розкриття нефінансової інформації, відповідальність перед суспільством за ризики від управлінських рішень, інноваційність розвитку всіх сфер функціонування та орієнтацію на гуманність і моральність, виконання яких більшістю суб'єктів господарювання має стати умовою поступової реалізації Цілей сталого розвитку на регіональному рівні;

портфель методів і технологій підвищення ефективності реалізації бізнесом функції соціальної відповідальності, який, на відміну від наявних, базується на ґрунтовному підборі сучасних підходів, які можуть бути запровадженими в межах реінжинірингу бізнес-процесів, процедур комунікації і взаємодії зі стейкхолдерами й під час здійснення соціальних та освітніх заходів, опанування якими дозволить прискорити темпи інтеграції країни у світовий економічний простір та стане важливим чинником сталого розвитку її регіонів;

інструменти впливу на економічні інтереси суб'єктів господарювання з метою активізації соціальної відповідальності бізнесу в регіоні, які, на відміну від наявних, віднесено до трьох груп (іміджеві, фінансові та організаційні), визначено зміст, механізм дії, обмеження та конкретні інструменти впливу в межах кожної групи, комплексне використання яких органами регіональної влади сприятиме підвищенню рівня зацікавленості бізнесу в реалізації заходів в межах соціальної відповідальності та покращенню якості життя населення в регіоні.

Практичне значення отриманих результатів. Основні положення, викладені автором, доведено до рівня методичних розробок і прикладних рекомендацій, запровадження яких буде сприяти активізації соціальної відповідальності бізнесу на рівні регіону. До результатів, що мають найвагоміше практичне значення, належать: узагальнені етапи та принципи реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу; матриця шляхів реалізації бізнесом ініціатив в межах концепцій соціальної відповідальності та сталого розвитку регіону; напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання регіону в межах Цілей сталого розвитку; портфель новітніх технологій, які

можуть бути впровадженими в сфері реалізації функції соціальної відповідальності бізнесу; інструменти впливу на економічні інтереси суб'єктів господарювання з метою активізації соціальної відповідальності бізнесу в регіоні.

Пропозиції та ключові положення дисертаційної роботи апробовано й прийнято до впровадження в діяльності Черкаської обласної військової адміністрації (довідка № 1231/04-14.01 від 31.10.2024 р.), Управління освіти і науки Черкаської обласної державної адміністрації (довідка № 11315/02/11-01-31 від 07.05.2024 р.), Департаменту соціальної політики Черкаської міської ради (довідка № 10-11052/24 від 15.10.2024 р.), Департаменту «Центр надання адміністративних послуг» Черкаської міської ради (довідка № 0501-19/243 від 12.11.2024 р.).

Особистий внесок здобувача. Наукові розробки, положення, висновки та рекомендації є результатом самостійно проведеного автором дослідження щодо пошуку можливостей активізації соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання в регіонах країни. Внесок автора в колективно опубліковані праці конкретизовано в списку публікацій. З публікацій, що написані у співавторстві, використано лише ті положення та ідеї, що належать особисто здобувачеві.

Апробація матеріалів дисертації. Отримані результати дослідження, висновки та пропозиції оприлюднено й схвалено на: XVII Міжнародній науково-практичній конференції «Теорія і практика сучасної економіки» (м. Черкаси, 2021 р.); I Міжнародній науково-практичній дистанційній конференції «Проблематика та інноваційна парадигма розвитку економіки, бізнесу та hr-інжинірингу» (м. Хмельницький, 2021 р.); the International Scientific and Practical Conference «Socially competent management of corporations in a behavioral economy» (Podhájska, Slovak Republic, 2021); XVI Міжнародній науково-практичній конференції «Виклики та перспективи розвитку нової економіки на світовому, державному та регіональному рівнях» (м. Запоріжжя, 2021 р.); XXII Всеукраїнській науковій конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Проблеми розвитку соціально-економічних систем в національній та глобальній економіці» (м. Вінниця, 2022 р.); XIV Міжнародній науково-

практичній конференції «Сучасні кризові явища в економіці та проблеми облікового, контрольного та аналітичного забезпечення управління підприємством» (м. Луцьк, 2022 р.); the Monthly International Scientific and Practical Conference «Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices» (Tallinn, Estonia, 2022); XXX Міжнародній науково-практичній конференції MicroCAD-2022 «Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я» (м. Харків, 2022 р.); IX Міжнародній науково-практичній конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах» (м. Тернопіль, 2022 р.); XXIII Міжнародній науково-практичній конференції «Теорія і практика сучасної економіки» (м. Черкаси, 2022 р.); the Monthly International Scientific and Practical Conference «Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices» (Tallinn, Estonia, 2023); Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів та молодих вчених «Розвиток статистики бізнес процесів в умовах інформаційно-комунікаційних технологій та глобальних зрушень: проблеми та перспективи» (м. Одеса, 2024 р.).

Публікації. Основні результати дослідження опубліковано в 21 науковій праці, серед яких – 1 стаття у закордонному виданні, проіндексованому в наукометричній базі Web of Science, 6 статей – у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України, 2 розділи в колективних монографіях, 12 публікацій – у матеріалах наукових конференцій. Загальний обсяг публікацій – 9,07 д.а., з яких особисто здобувачеві належать 6,81 д.а.

Структура та обсяг роботи. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, викладених на 189 сторінках друкованого тексту. Матеріали дисертації містять 25 таблиць і 29 рисунків, з них 13 займають усю сторінку. Список використаних джерел із 319 найменувань уміщено на 35 сторінках, 7 додатків – на 103 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В РЕГІОНІ

1.1. Теоретичні основи реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу на регіональному рівні

В історичній ретроспективі розвитку людства науково-технічний прогрес докорінним чином трансформував життя людини у бік покращення та полегшення через те, що поступово замінив важку фізичну працю на легку, проте більш фахову та знаннємістку через використання новітніх знарядь праці, електрифікацію, автоматизацію та навіть роботизацію виробничих процесів; довів до практично максимального рівня використання природних ресурсів планети на користь суспільству; забезпечив товарне розмаїття для задоволення всіх потреб людини, що дозволило мінімізувати її витрати часу та зусиль. Водночас крім позитивних зрушень, перелічені трансформації із ходом часу призвели до появи та загострення екологічних проблем планети, в основі яких лежать неекономна та марнотратна життєдіяльність людини й техногенні катастрофи, у результаті чого постійно з різною інтенсивністю відбувається забруднення землі та водойм, знищення осередків дикої природи та зникнення або вимирання багатьох видів тваринного та рослинного світу, нарощування дефіциту природних ресурсів, що породжує військові конфлікти. Відповіддю природи на такі бездумні дії людства стало зростання числа та руйнівної сили природних катаклізмів та катастроф, стихійних лих та пришвидшення кліматичних змін. Все це негативно впливає і на якість життя людини на планеті, в наслідок чого: зростає рівень поширення та важкість захворювань людини, відбуваються пандемії з високим рівнем смертності населення; скорочується середня тривалість життя людини; відчувається суттєва нестача чистої питної води та доступних й безпечних харчових продуктів тощо. Отже, якщо людство у своїй діяльності не зупиниться,

не почне відповідально відноситися до навколишнього природного середовища та думати не лише про себе, а й про майбутні покоління, то природні катаклізми стануть більш частим явищем і будуть мати все дедалі потужнішу руйнівну силу, що взагалі може стати загрозою для комфортного існування людини на планеті.

Перелічені проблеми вже понад сімдесят років досить активно обговорюються на найвищому міжнародному рівні в межах діяльності Організації Об'єднаних Націй (United Nations, UN) (далі – ООН), спрямованої на підтримку на світовому рівні миру та безпеки [296]. За цей час було прийнято цілу низку міжнародних керівних документів, найбільш важливими з яких слід вважати [290]:

Конвенцію про заборону військового або будь-якого іншого ворожого використання методів впливу на навколишнє середовище, Нью-Йорк, грудень 1976 р.;

Конвенцію про транскордонне забруднення повітря на великі відстані, Женева, листопад 1979 р.;

Віденську конвенцію про охорону озонового шару, Відень, березень 1985 р.;

Базельську конвенцію про контроль за транскордонним перевезенням небезпечних відходів та їх видаленням, Базель, березень 1989 р.;

Конвенцію про охорону та використання транскордонних водотоків та міжнародних озер, Гельсінкі, березень 1992 р.;

Конвенцію про транскордонний вплив промислових аварій, Гельсінкі, березень 1992 р.;

Рамкову конвенцію ООН про зміну клімату, Нью-Йорк, травень 1992 р.;

Конвенцію про біологічне різноманіття, Ріо-де-Жанейро, червень 1992 р.;

Конвенцію про заборону розробки, виробництва, накопичення і застосування хімічної зброї та про її знищення, Женева, вересень 1992 р.;

Договір про всеосяжну заборону ядерних випробувань, Нью-Йорк, вересень 1996 р.;

Стокгольмську конвенцію про стійкі органічні забруднювачі, Стокгольм, травень 2001 р.;

Договір про заборону ядерної зброї, Нью-Йорк, липень 2017 р. [81, с. 42].

Кожен з прийнятих ООН документів у розрізі тематиці, яку ми досліджуємо, містив конкретні вимоги, обмеження та конструктивні положення, водночас за час їх дії суттєвих покращень в екологічній ситуації та безпеці життя на планеті не відбулося, навіть навпаки. Причиною відсутності очікуваних позитивних зрушень можна вважати той факт, що положення конвенцій не є обов'язковими до виконання країнами-учасницями та вони мають підлягати процедурі ратифікації, яка на жаль не носить масового характеру. Саме тому для того, щоб досягти зрушення ситуації у кращій бік слід зосередитися на виконанні вимог щодо безпечного життя на мікрорівні, тобто окремими суб'єктами господарювання.

Життя людини є найбільшою та найвищою цінністю на Землі й тому на забезпечення його якості мають бути спрямованими зусилля всіх, від кого це безпосередньо залежить, а саме влади, бізнесу та суспільства в цілому. Історично так сталося, що проблемами забезпечення достатньої якості життя опікувалися владні органи різних рівнів, через те, що це їх функціональний обов'язок і зона відповідальності, та суспільство, якого ці проблеми торкаються безпосередньо. В результаті у сфері забезпечення якості життя розроблено велику кількість нормативних та законодавчих актів регіонального, державного та міжнародного рівнів дії, створено значну кількість благодійних фондів різної спрямованості, проведено багато досліджень, написано тисячі статей, доповідей та практичних рекомендацій, а проблематика якості життя на жаль все ще не втрачає своєї гостроти й актуальності. Навіть навпаки, ситуація з безпекою життя та доступом до ресурсів, необхідних для задоволення матеріальних і духовних потреб людини на планеті в цілому, та в Україні у тому числі, має тенденцію до погіршення [48; 59; 120; 168; 204; 264; 300]. За таких умов третя сила впливу, а саме бізнес, має взяти на себе відповідальність за створення сприятливих умов для підвищення якості життя людини в регіоні та набуття на цьому підґрунті тенденцій поступового покращення ситуації в економічній, екологічній, культурній та соціальній сферах і тим самим спасти людство від ймовірного краху.

Бізнес має у своєму розпорядженні широкий спектр дієвих інструментів та важелів впливу на забезпечення різних аспектів задовільної та гідної якості життя

людини у будь-якій країні, проте його основна мета, пов'язана із максимізацією прибутку, здебільшого не сприяє та навіть суперечить цьому в глобальних масштабах. Так, суб'єкти господарювання власною виробничо-господарською діяльністю наносять різну за масштабами, проте завжди присутню шкоду навколишньому середовищу [160]. Для запобігання та мінімізації цієї шкоди необхідно витрачати значні обсяги фінансових ресурсів на будівництво захисних споруд, докорінну зміну технології виробництва на більш ощадну та екологічно нейтральну, запроваджувати інноваційні підходи до виготовлення продукції, засновані на використанні відновлювальних джерел енергії та повторному використанні природних ресурсів за принципами рециклічності. Важливим також є створення нових робочих місць гідної якості, соціальне забезпечення працівників які сьогодні або колись працювали на підприємстві та населення, що проживає на території, де розташовані його виробничі потужності, для реалізації чого також потрібні достатні обсяги коштів. За умов економічної кризи та низької купівельної спроможності населення більшості територій світу товаровиробники мають недостатній рівень прибутковості власної виробничої діяльності, в наслідок чого вони є обмеженими в можливостях здійснення інвестицій у соціальну сферу та техніко-технологічну модернізацію виробництва. Отже, спостерігаємо так зване «замкнене коло економіки бідності», коли стверджується, що для того, щоб робити добрі вчинки потрібно мати великі гроші, а їх немає і за умови дотримання такого підходу, скоріше за все, ніколи не буде [263].

Розірвати замкнене коло можливо лише на підґрунті докорінної зміни самої філософії бізнесу: першочергово не наявність вільних коштів має лежати в основі соціально корисних вчинків суб'єктів господарювання, а, навпаки, соціально відповідальна поведінка підприємців буде поступово формувати їх привабливий бренд як роботодавця й товаровиробника на національному та міжнародному ринках, тим самим породжувати попит на їх продукцію або послуги, а отже й дозволить набути тенденцію до зростання розміру прибутку [37; 158]. Ну а зростання розміру прибутку дозволить ще більше розширити спектр благодійних справ та проявів соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання.

Саме ця трансформована ідея функціонування бізнесу і стала фундаментом концепції корпоративної соціальної відповідальності, яка сьогодні виступає провідною стратегією діяльності переважної більшості успішних компаній світу.

Соціальна відповідальність бізнесу або корпоративна соціальна відповідальність (corporate social responsibility – CSR) [215; 229; 260; 284; 285] у загальному вигляді являє собою переважно добровільне взяття на себе суб'єктами господарювання зобов'язань перед різними стейкхолдерами, основними з яких виступають працівники, клієнти, постачальники, органи влади, суспільство тощо. При цьому це не якась штучна ідея, яка тимчасово виконує рекламні цілі підприємця. Соціальна відповідальність бізнесу має стати невідмінною складовою корпоративної стратегії розвитку підприємства. Лише на такому підґрунті можливо досягти тривалого й суттєвого за розміром соціально-економічного ефекту для всіх стейкхолдерів.

Зародження ідей та поглядів щодо доцільності й необхідності взяття представниками бізнесу на себе відповідальності за певні аспекти впливу власної виробничо-господарської діяльності на якість життя людини фахівці пов'язують ще з самим початком ХХ ст., коли окремі суб'єкти господарювання поступово почали змінювати свої погляди на роль людини в досягненні результатів виробничої діяльності. В той час за відсутності нормативно встановлених вимог до організації виробництва окремі роботодавці за власної ініціативи почали здійснювати роботи з покращення умов та унормування організації праці для своїх працівників, що дало позитивний результат у вигляді зростання рівня продуктивності праці й збільшення прибутковості діяльності підприємства. Підтвердженням вірності думок про доволі ранній початок відліку часу виникнення ідей, що пізніше було покладено в основу концепції соціальної відповідальності бізнесу є дослідження М. Хілда (Morrell Heald) «The Social Responsibilities of Business», опублікованого у 1998 р. [223]. М. Хілд зазначав, що саме у період 1900-1920 рр. розпочався процес поступової повільної трансформації й переключення пріоритетів американських підприємців у веденні виробничо-господарської діяльності з техніко-технологічних на людський

фактори, в результаті чого змінилися погляди роботодавців на роль людини в досягнення результативності виробничої діяльності [224]. Тобто у діловому середовищі поступово відбулося формування соціально відповідальної поведінки роботодавця по відношенню до власного працівника.

Закріпленню й поширенню соціально відповідальної поведінки у діловому середовищі у 20-ті роки XX ст. сприяло прийняття Міжнародною організацією праці (далі – МОП) на світовому рівні мінімально допустимих норм праці [230]. Так, першими Конвенціями, які було прийнято цією організацією на першій Генеральній Конференції, яка пройшла у Вашингтоні США 29 жовтня 2019 р., були документи, що проголошували нормативні вимоги до тривалості робочого часу, організації праці жінок та дітей на промислових підприємствах (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Основні нормативні вимоги МОП, прийняті у 1919 р., що формують контури соціальної відповідальності бізнесу [63, с. 147-148]

Документ МОП	Основна нормативна вимога, що має відношення до соціальної відповідальності бізнесу
1	2
Конвенція №1 про обмеження тривалості робочого часу на промислових підприємствах до восьми годин на день і сорока восьми годин на тиждень	Тривалість робочого часу осіб, зайнятих на будь-якому державному або приватному промисловому підприємстві чи в будь-якому з його філіалів, крім підприємств, на яких працюють тільки члени однієї родини, не може перевищувати 8 год. на день і 48 год. на тиждень, за винятком: а) осіб, які виконують функції спостереження або управління, та до осіб, чия робота вимагає конфіденційності; б) якщо за законом, звичаєм чи угодою тривалість робочого часу один чи більше днів на тиждень менша ніж 8 год., тоді обмеження щодо 8 год. може бути перевищено в інші дні тижня з дозволу компетентного органу або за згодою за умови, що в жодному з випадків, передбачених цим пунктом, щоденне обмеження відносно 8 год. не буде перевищено більше ніж на одну годину; с) коли працівники зайняті позмінно, дозволяється завантажувати їх більше ніж на 8 год. у будь-який один день та на 48 год. у будь-який один тиждень, якщо середня кількість годин за 3 тижні або менший період не перевищує 8 год. на день і 48 год. на тиждень
Конвенція №3 про працю жінок до та після пологів	На всіх промислових або торгових підприємствах, державних або приватних, та на їх філіях, за винятком підприємств, на яких зайняті члени однієї родини, жінці: а) не дозволяється працювати протягом шести тижнів, що йдуть за пологами; б) надається право залишити роботу, якщо вона надасть медичне свідоцтво, що засвідчує, що вона народить, ймовірно, протягом

Продовження табл. 1.1

1	2
	<p>найближчих шести тижнів;</p> <p>с) надається за час відсутності на роботі відповідно до пунктів а та б допомога, достатня для утримання її та дитини у здоровому стані; ця допомога виплачується або з державних коштів, або з коштів системи страхування, та її точний розмір визначається компетентним органом влади країни, а як додаткова допомога вона має право на безоплатний догляд лікаря або акушерки; помилка лікаря при визначенні передбачуваної дати пологів не може позбавити жінку таких виплат, які їй надаються з дати, зазначеної у медичному свідоцтві, до дати пологів;</p> <p>d) принаймні, якщо вона годує дитину грудьми, для цього надаються дві півгодинні перерви на день у робочий час</p>
Конвенція №4 про працю жінок у нічний час	Жінки, незалежно від віку, не використовуються на роботі в нічний час на державних або приватних промислових підприємствах або в філіях таких підприємств, за винятком підприємств, на яких зайняті лише члени однієї родини
Конвенція №5 про мінімальний вік прийняття дітей на роботу в промисловості	Діти молодші чотирнадцяти років не приймаються на роботу і не виконують роботи на жодному з державних або приватних промислових підприємств або будь-якій його філії, за винятком підприємств, на яких працюють лише члени однієї родини
Конвенція №6 про нічну працю підлітків в промисловості	Підлітки молодше вісімнадцяти років не використовуються на роботах у нічний час на державних та приватних промислових підприємствах або у філіях таких підприємств, за винятком підприємств, на яких зайняті лише члени однієї родини. Виключення: На промислових підприємствах підлітки, які досягли шістнадцятирічного віку, можуть використовуватися в нічний час на роботах, які в силу характеру виробничого процесу мають проводитися безперервно вдень та вночі

Джерело: складено автором на основі [53-57]

Положення перелічених Конвенцій навіть за умови, що національна влада не здійснила процедуру їх ратифікації, стали контурами для формування соціально відповідальної поведінки бізнесу в країнах-учасниках МОП. Крім того, положення Конвенцій МОП, яких на сьогоднішній день прийнято вже 189, лежать у основі формування сучасних національних систем соціально-трудових відносин та моделей соціальної відповідальності бізнесу всіх без виключення регіонів і країн світу.

Безпосередні прояви соціально відповідальної поведінки підприємців на практиці науковці пов'язують із серединою ХХ ст., коли в США представники бізнесових кіл почали активно реалізовувати благодійні проєкти соціальної спрямованості. Прояви соціально відповідальної поведінки підприємців у той час

не носили систематичного характеру і були скоріше виключенням, не пов'язувалися з основним видом діяльності підприємства та ґрунтувалися виключно на принципах благодійності й меценатства.

У наступні роки розуміння змісту соціальної відповідальності бізнесу змінювалося та набувало нових ознак, характеристик та сфер поширення, що сформувало її концепцію та відповідну модель. Так, у 80-ті роки ХХ ст. соціально відповідальна поведінка бізнесу почала тісно поєднуватися з виробничо-господарською діяльністю підприємств. Кінець ХХ ст. характеризувався поширенням практики здійснення бізнесом соціальних інвестицій та погодження дій із владою регіону і країни у напрямі підвищення якості та рівня життя населення. Початок 20-х років ХХІ ст. пов'язаний з суттєвим розширенням сфери соціальної відповідальності бізнесу та спрямування зусиль на розв'язання проблем у різних сферах життєдіяльності людини, що існують на планеті [52]. Тобто спостерігається поступове розширення меж змістовного навантаження терміну «соціальна відповідальність бізнесу».

Важливість та необхідність проявів соціальної відповідальності бізнесу для забезпечення світового порядку, спокою, миру та безпеки уже у наш час підтверджується промовою відомого ізраїльського історика та футуролога Юваль Ной Харарі, яку він зробив на Світовому економічному форумі у Давосі в 2020 р. Серед іншого науковцем було сказано, що «Світовий порядок зараз є схожим на будинок, у якому всі живуть, але ніхто його не лагодить. Він може протриматися ще кілька років, але якщо ми продовжимо в тому ж дусі – він зруйнується» [85]. Кадри руйнування нашого загального будинку під назвою «планета Земля» і мають стати мотивацією для запровадження все нових і більш дієвих інструментів, заходів та моделей соціальної відповідальності бізнесу, тобто дієвих важелів порятунку людства.

Ідеї соціальної відповідальності бізнесу в якості базової концепції було сформульовано у 50-70-ті роки ХХ ст., а першість у деталізації змісту цього нового для ділового середовища явища належить професору Іллінойського університету Г. Боуену (Н. Bowen) через публікацію у 1953 р. праці «Social

Responsibilities of the Businessman» [185]. На той час було встановлено, що соціальна відповідальність бізнесмена визначається прийняттям ним рішень і здійсненням заходів, що дозволять реалізувати цілі суспільства та підтримати його цінності. Отже, Г. Боуен дав виключно вектор, напрям руху для бізнесу не конкретизуючи глибину цього явища. Водночас навіть за таке лаконічне трактування можна бути вдячним досліднику, бо він відкрив цю тематику для подальших наукових досліджень, довів її право на життя та дав поштовх багатьом науковцям, які у різні роки викристалізовували концепцію корпоративної соціальної відповідальності й одночасно апробовували її на практиці.

Ідеї соціальної відповідальності майже п'ятдесят років набували практичного підтвердження та апробації, за результатами чого була повною мірою доведена їх корисність для суспільства. Саме тому у 1999 р. відбулася подія світового рівня, коли принципи корпоративної соціальної відповідальності були проголошеними як основоположні на Всесвітньому економічному форумі у Давосі, де було підтримано ідею створення Глобального договору ООН, прийнятого у 2000 р. [295; 309]. Кожен з десяти принципів, задекларованих договором, спрямований на максимальне задоволення потреб людини у якісному та безпечному житті. Починаючи саме з цього моменту можна вважати, що концепція корпоративної соціальної відповідальності перейшла з аматорського рівня на рівень професійної гри, отримала конкретні важелі впливу на широку аудиторію.

У вересні 2000 р. у Нью-Йорку було прийнято Декларацію тисячоліття ООН, яка проголосила фундаментальні цінності, на яких має бути побудовано міжнародні відносини у XXI ст., а саме: свобода, рівність, солідарність, терпимість, повага до природи, загальний обов'язок. У документі декларується, що країнами-учасницями мають бути здійснені всі зусилля, щоб позбавити «все людство, і, насамперед, наших дітей та онуків, від загрози проживання на планеті, яка буде безнадійно зіпсована діяльністю людини та ресурсів якої більше не вистачатиме для задоволення їхньої потреби» [13]. Деякі цілі, які визначено в Декларації, мають конкретний термін виконання – 2015 та 2020 рр. (наприклад, скорочення на планеті бідності у два рази до 2015 р.). Водночас повного

досягнення цілей тисячоліття також не відбулося на практиці, хоча світовою спільнотою було реалізовано багато дій у цьому напрямі.

Щоб досягти суттєвих позитивних зрушень у 2015 р. глобальною мережею Програма розвитку ООН (United Nations Development Programme, UNDP) (далі – ПРООН) було сформульовано сімнадцять Глобальних цілей сталого розвитку на наступні п'ятнадцять років, які продовжують цілі тисячоліття, поглиблюють та розширюють їх [11; 298]. У справі реалізації сталого розвитку виділено п'ять визначальних сфер, перші дві з яких це люди (ліквідація бідності та голоду, реалізація потенціалу в умовах гідності й рівності) та планета (захист планети від деградації через не раціональне споживання та виробництво, запобігання змінам клімату) [99]. До того ж головну увагу при цьому приділено фаховій допомозі країнам у пошуку найбільш ефективних рішень та обміну провідним досвідом на засадах партнерських відносин між органами влади, суб'єктами ділового середовища та безпосередньо населенням території.

На тлі визначених проблем представники бізнесових кіл світу, як найбільші власники капіталу, взяли на себе благородну роль добровільних рятівників та почали поступово вмонтовувати до концепції своєї діяльності певні ознаки соціальної відповідальності. Ясно, що одна компанія, навіть сама потужна та прибуткова, не зможе швидко та ефективно розв'язати всі наявні негативні наслідки діяльності людства, проте навіть незначні кроки у цьому напрямі зможуть поступово змінити ситуацію на краще. При цьому прояв соціально відповідальної поведінки може бути спрямованим на три різних напрями як послідовно, так і одночасно (рис. 1.1).

Звичайно, що реалізація на практиці навіть однієї з перелічених програм незалежно від обраного напрямку дій вимагає від представника бізнесу вкладання або залучення достатніх розмірів коштів, проте при вірно побудованій стратегії розвитку підприємства вони будуть виступати інвестиціями, що дозволять у майбутньому отримати суттєві соціальні та економічні вигоди суб'єкту господарювання. Саме тому, від ступеня успішності заходів, спрямованих на переконання владою і суспільством підприємців щодо доцільності й

раціональності демонстрації соціально відповідальної поведінки, будуть залежати оптимістичні прогнози розвитку людства на планеті Земля.

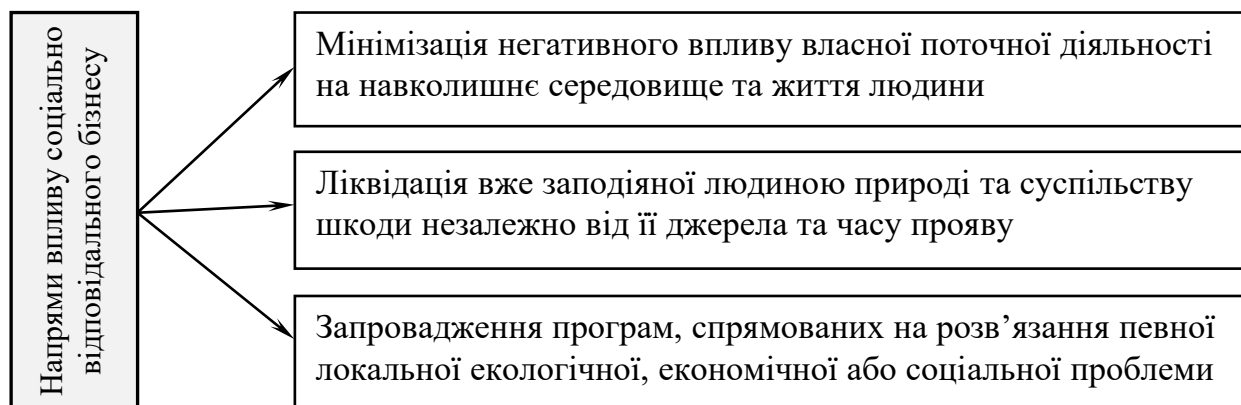


Рис. 1.1. Можливі напрями спрямування зусиль щодо реалізації соціально відповідальної поведінки бізнесом

Джерело: складено автором

На практиці поступово сформувалося три моделі соціальної відповідальності бізнесу, що враховують визначені нами можливі напрями зусиль щодо реалізації соціально відповідальної поведінки бізнесом [61]. Перша модель, або теорія корпоративного егоїзму, є традиційною та заснована на працях М. Фрідмана (M. Friedman). У своїх працях М. Фрідман наводить постулати, які сформували зміст цієї моделі соціальної відповідальності: головною метою функціонування бізнесу є максимізація зусиль керівництва щодо отримання та нарощування прибутку, корпорація належить своїм акціонерам та вона не зобов'язана робити щось позитивне й корисне для суспільства в цілому [213]. При цьому модель орієнтується на максимальне задоволення потреб працівників і акціонерів підприємства і саме в цьому проявляється його соціальна відповідальність. У постпандемічний період орієнтація на цю модель соціальної відповідальності є особливо доречною при невеликих масштабах бізнесу, що має стати умовою його збереження та максимального захисту всіх груп працівників і членів їх родин.

Друга модель, а саме теорія корпоративного альтруїзму, розширює межі попередньої моделі та трактує зміст корпоративної соціальної відповідальності як добровільні зобов'язання суб'єктів господарювання у напрямі покращення життя

людини у суспільстві. В основу моделі покладено ідеї, що сповідуються Комітетом з економічного розвитку США (Committee for Economic Development) [194]. В якості прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання тут можуть виступати мінімізація всіх видів негативного впливу на навколишнє середовище; підвищення ефективності використання ресурсів на всіх етапах життєвого циклу продукту; скорочення інтенсивності викидів парникових газів; ефективне управління водними ресурсами; управління циркуляцією біоресурсів; програми адаптації до зміни клімату на планеті; надання досвіду і технологій задля розв'язання екологічних проблем у світі; подолання наслідків природних стихійних лих та катастроф; переробка й утилізація власних продуктів з метою захисту і збереження лісів, водних басейнів та корисних копалин; програми розширення доступу та покращення якості охорони здоров'я у світі; технологічне інноваційне озброєння світових наукових лідерів у дослідженнях з охорони здоров'я тощо [272]. Орієнтація представників крупного бізнесу розвинених країн світу на використання саме цієї моделі у постпандемічний період дозволить максимально скоротити негативні наслідки та ризики, з якими щоденно стикається суспільство.

Третя модель, що має назву теорія розумного егоїзму, представляє собою змішану модель та характеризується дозованим вкладом суб'єктів господарювання у покращення якості життя людини через охорону навколишнього середовища при обов'язковому виконанні зобов'язань перед власним персоналом із наданням їм потужного соціального пакету.

Вибір суб'єктами господарювання однієї з трьох моделей соціальної відповідальності буде визначатися цілою низкою чинників, основними з яких є ступінь обізнаності підприємців та їх громадської позиції відносно нагальних проблем суспільства, вільних фінансових ресурсів у їх розпорядженні та стратегічних цілей переходу на принципи соціальної відповідальності бізнесу.

Сьогоднішнє розуміння явища корпоративної соціальної відповідальності на наш погляд найкраще висвітлює А. Колот, який його трактує як «раціональний відгук організації на систему суперечливих очікувань заінтересованих сторін

(стейкхолдерів), що спрямований на сталий розвиток компанії; це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені» [52, с. 6; 257]. Якщо взяти це визначення за основу та доповнити його практичними аспектами проявів соціально відповідальної поведінки, викладених у сучасних наукових дослідженнях та матеріалах рекомендаційного характеру [8; 123; 155], спробуємо встановити ті основи узагальнені складові соціальної відповідальності бізнесу, які спрямовані на забезпечення задовільної якості життя людини у світі (рис. 1.2) [70, с. 251; 79].

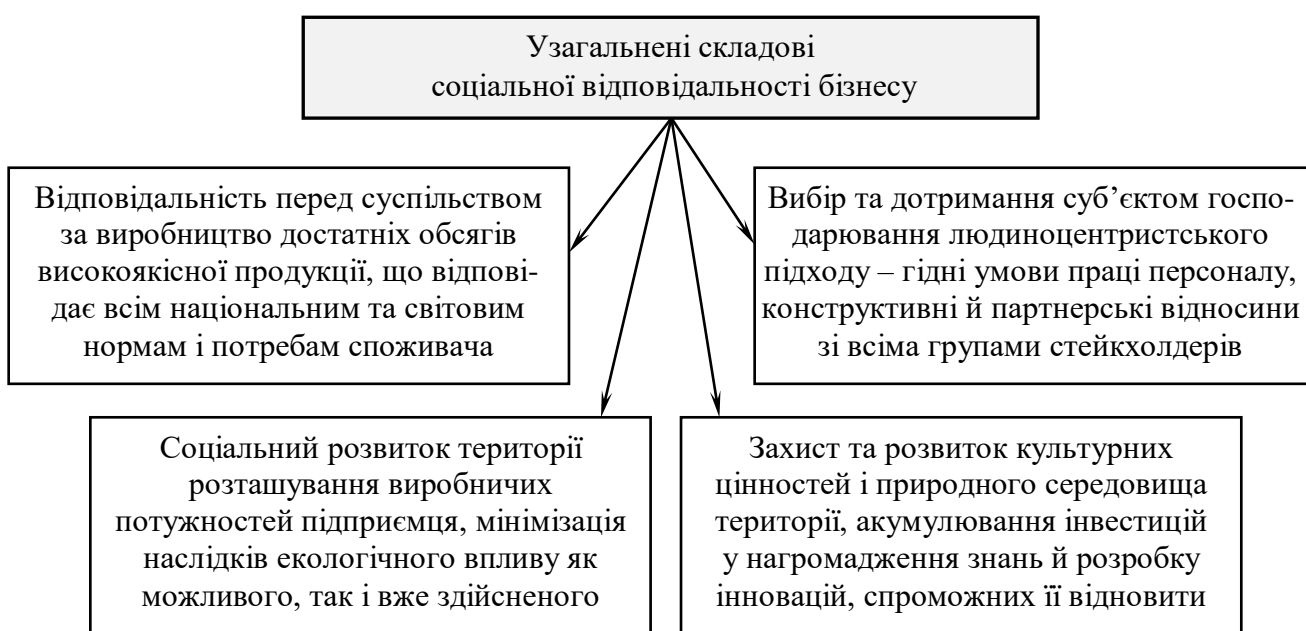


Рис. 1.2. Узагальнені складові соціальної відповідальності бізнесу

Джерело: складено автором

Першою складовою виступає відповідальність суб'єктів господарювання перед суспільством за виробництво достатніх обсягів високоякісної продукції, що відповідає всім національним та світовим нормам і одночасно потребам споживача. При виготовленні такої продукції не мають використовуватися матеріали, технології або сировина, що шкодять навколишньому середовищу й суспільству, в обов'язковому порядку мають забезпечуватися законодавчі та етичні норми ведення бізнесу. В основу технології виготовлення продукту обов'язково має бути покладено принципи заощадження ресурсів та

ресурсоефективності, повторного використання води й відходів виробництва, перехід на використання поновлюваних джерел енергії тощо.

Другою складовою виступає застосування людиноцентристського підходу, відповідно до якого підприємець зобов'язується: створити на підприємстві безпечні умови праці; забезпечити виконання проголошених ним складових соціального пакету та поступово розширювати його зміст; запровадити системи безперервного професійного й особистісного розвитку персоналу, в основу якої покладено пошук, виховання та розвиток талантів; реалізовувати програми підтримки та допомоги колишнім працівникам підприємства тощо.

Третьою складовою виступає соціальний розвиток території розташування виробничих потужностей підприємця, а саме: створення у регіоні нових робочих місць високої якості, сприяння активізації підприємницької діяльності та реалізації стартапів; допомога незахищеним верствам населення регіону; проведення на постійній основі сумісно з регіональною владою заходів щодо соціального забезпечення та розвитку громади, надання допомоги закладам соціальної сфери регіону; створення в регіоні ефективної й розвинутої соціальної інфраструктури, здатної забезпечити всі потреби населення.

Четвертою складовою виступає захист та розвиток культурних цінностей і природного середовища, акумулювання інвестицій у нагромадження знань й розробку інновацій, їх подальше поширення та практичне використання у професійній та виробничо-господарській діяльності. Реалізація даної складової дозволить сконцентрувати бізнесом зусилля для соціально-економічного, фінансового, культурного та екологічного оздоровлення території розташування виробничих потужностей підприємства.

Концепція соціальної відповідальності бізнесу має досить тривалу історію і набула у світі широкого застосування, що дозволило істотно підвищити рівень і якість життя людини, знизити негативний вплив виробництва на навколишнє середовище, тобто вона лежить в основі реалізації на практиці Цілей сталого розвитку.

Отже, можемо констатувати, що до сьогоденного часу концепція

соціальної відповідальності бізнесу послідовно пройшла п'ять етапів свого становлення, опис кожного з яких в узагальненому вигляді представлено на рис. 1.3 [72, с. 194; 106; 108].

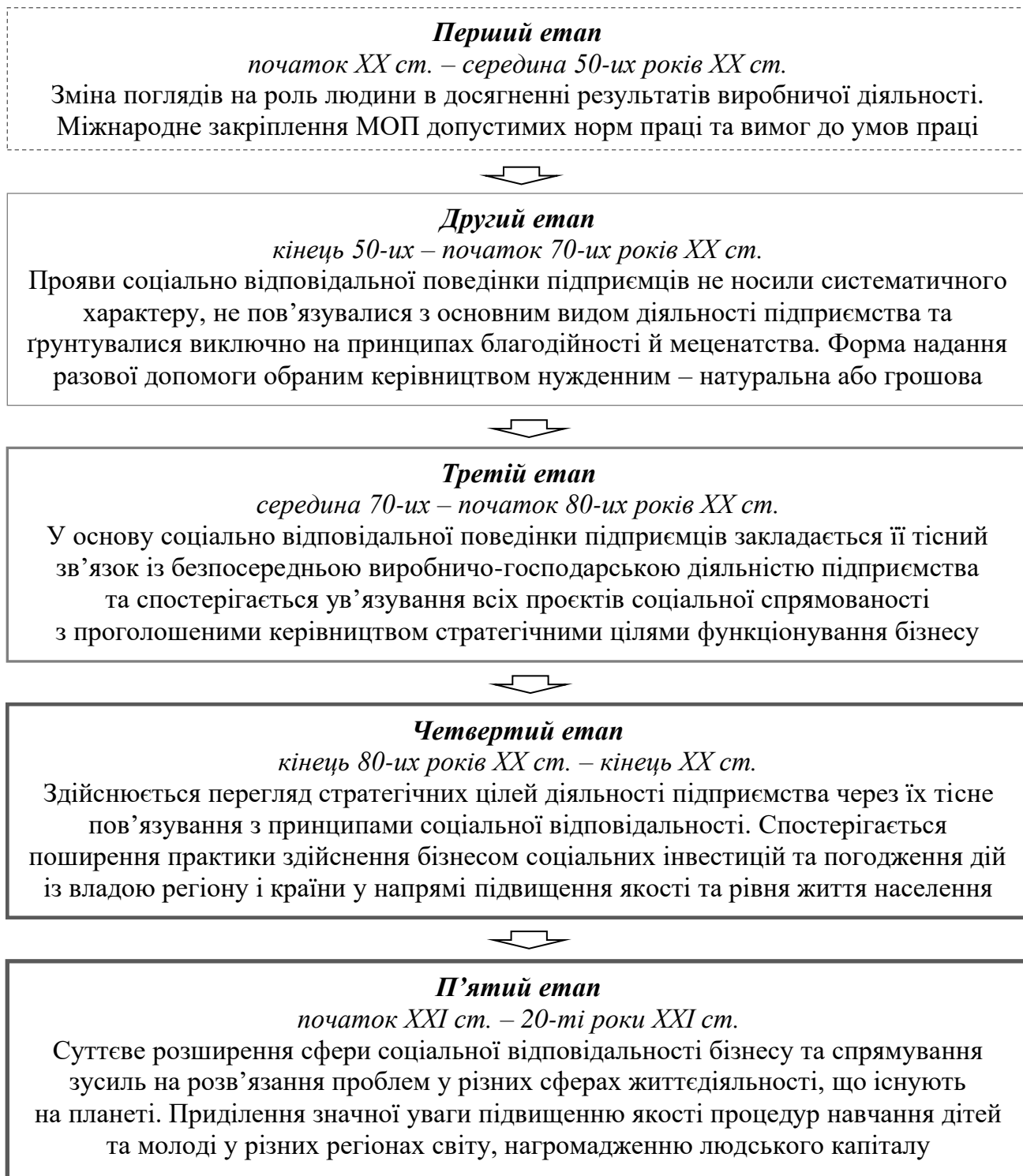


Рис. 1.3. Етапізація у часі становлення та розвитку концепції соціальної відповідальності бізнесу

Джерело: складено автором

Етапізація розвитку світової концепції соціальної відповідальності бізнесу має бути покладеною в основу побудови сценаріїв соціально відповідальної поведінки представників українського ділового середовища. Водночас нажаль в Україні існує у діловому середовищі думка про те, що соціальна відповідальність це прерогатива виключно великих компаній з іноземним капіталом, а всіх інших підприємців це начебто не стосується [6]. Помилковість цієї думки призвела до того, що цю концепцію підтримують та впроваджують у свою діяльність лише одиниці підприємств країни, що суттєвим чином стримує соціально-економічну стабілізацію та одночасно гальмує реалізацію Цілей сталого розвитку в Україні.

Соціальна відповідальність дійсно спрямована на розв'язання цілого пласту соціальних, екологічних та гуманітарних проблем суспільства, лежить в основі розвитку освітньої та наукової сфер країни, підвищує інноваційну активність бізнесу, що у комплексі сприяє соціально-економічному розвитку території й звісно потребує суттєвих фінансових витрат. Разом з тим, прийняття концепції соціальної відповідальності та виконання її принципів дозволяє суб'єктам господарювання отримати цілий комплекс економічних та іміджевих переваг, які суттєво підвищують рівень їх конкурентоспроможності на ринку, що за сьогоdnішніх кризових умов виступає основою зростання розмірів кінцевих фінансово-економічних показників діяльності [123; 183]. Саме тому розглянемо ті аргументи, які дозволять переконати представників ділового середовища України щодо доцільності прийняття управлінського рішення на користь поступового переходу на соціально відповідальну поведінку (рис. 1.4) [69, с. 232].

Першим аргументом на користь прийняття на себе суб'єктами господарювання зобов'язань з соціальної відповідальності виступає суттєве зростання у суспільстві їх бренду як роботодавця [37; 158; 191]. Підприємство, яке на постійній основі відповідально ставиться до працівників, які зараз або колись працювали на ньому, розробляє і запроваджує програми соціального та екологічного оздоровлення території розташування власних виробничих потужностей, бере активну участь у розв'язанні побутових, комунальних й гуманітарних проблем міста й створює нові робочі місця високої якості,

обов'язково відчує зростання власного рейтингу на ринку праці. Це, у свою чергу, стане умовою для підвищення зацікавленості високопрофесійних й талановитих фахівців у працевлаштуванні на даному підприємстві, що поступово буде сприяти зростанню професійно-кваліфікаційного й мотиваційного рівня персоналу та нагромадженню обсягу людського капіталу підприємства. Такі тенденції будуть сприяти зростанню інноваційного рівня діяльності підприємства, демонстрації його спроможності та здатності брати активну участь у процесах смарт-спеціалізації регіону та набуттю стабільних тенденцій до зростання рівня прибутковості виробничо-господарської діяльності.

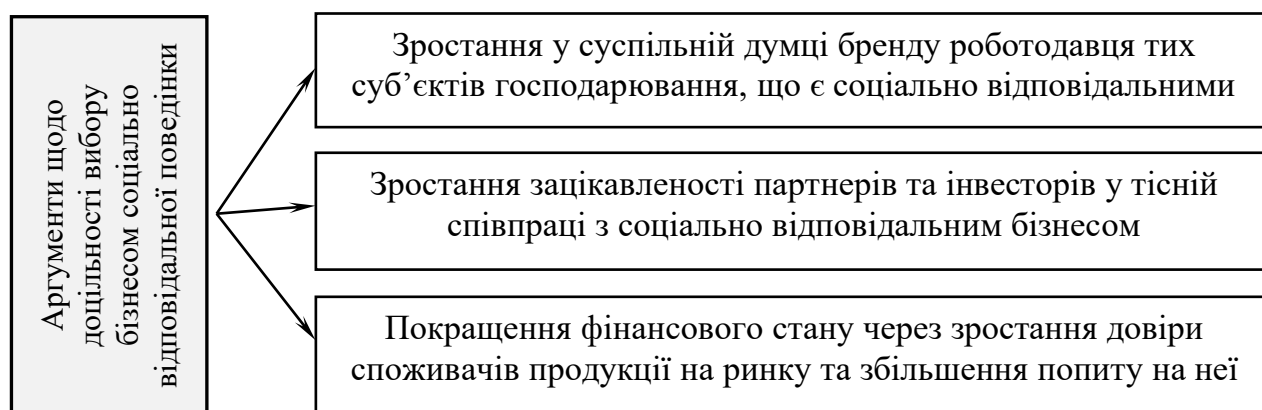


Рис. 1.4. Основні аргументи щодо доцільності вибору бізнесом соціально відповідальної поведінки

Джерело: складено автором

Другим аргументом переконання бізнесу слід назвати зростання зацікавленості вітчизняних й закордонних партнерів та інвесторів у тісній співпраці з підприємством через проведення ним політики відкритості фінансової та нефінансової звітності за щорічними результатами ведення бізнесу [39; 107]. Така відкритість та поінформованість про реалізовані у часовій ретроспективі програми соціальної відповідальності дозволять суб'єкту господарювання отримати доступ до новітніх технологій, які розробляють партнери, та залучити додаткові розміри інвестицій, що у комплексі підвищить капіталізацію, матеріально-технічний та техніко-технологічний рівень виробництва, якість продукції й створить умови для можливого виходу підприємства на світові ринки

збуту продукції та послуг.

Третім аргументом у справі переконання представників бізнесу країни про доцільність реалізації принципів соціальної відповідальності є зростання до них довіри споживачів продукції на ринку, що веде до збільшення попиту та підвищенню рівня прибутку. При цьому навіть зростання цін на продукцію таких підприємств не стане перепорою для збільшення обсягів продажів, так як відповідно до оцінок The Nielsen Global Survey of Corporate Social Responsibility and Sustainability біля 70,0% українських споживачів готові платити більше за продукцію соціально відповідальних компаній [8]. До того ж, практикою діяльності американських підприємств доведено, що соціальна відповідальність суттєвим чином знижує інвестиційні ризики бізнесу і тому поширення її принципів має стати стимулом для інвесторів [225].

Грунтовне переконання, на основі наведених аргументів, суб'єктів ділового середовища України у тому, що перехід на соціально відповідальну поведінку принесе їм не лише іміджеві, а й фінансові вигоди, має стати основою майбутнього широкого переходу на реалізацію Цілей сталого розвитку, а отже і досягнення моменту соціально-економічного оздоровлення та посилення екологічної безпеки країни.

1.2. Обґрунтування впливу соціальної відповідальності бізнесу на реалізацію в регіоні Цілей сталого розвитку

У житті суспільства бізнес або виробництво, як один з п'яти основних соціальних інститутів людства, завжди виконував провідну роль, через те, що брав безпосередню участь у процесах забезпечення населення і держави необхідними товарами та послугами високої якості, створення робочих місць гідного рівня та працевлаштування молодих фахівців, наповнення місцевих бюджетів через податки та інвестування коштів в інноваційний розвиток регіону і країни. Сьогодні до цього переліку додалася ще одна актуальна роль, виконання

якої є добровільним, проте дуже очікуваним суспільством кроком – соціальна відповідальність бізнесу. При цьому цей термін визначає внутрішню потребу у виконанні підприємцями цілого комплексу безпосередньо пов'язаних з їх діяльністю економічних, екологічних, етичних, моральних, соціальних й альтруїстичних норм і правил, які здебільшого законодавчо не регулюються, проте спрямовані на суттєве покращення рівня і якості життя людини на певній території сьогодні та в майбутньому, збереження флори й фауни та раціональне й ощадне використання тих природних ресурсів, що залишилися від минулих поколінь людства на планеті. Саме тому сучасною особливістю діяльності соціально відповідальних представників ділового середовища країни стає закладення в основу прийняття ними всіх без виключення управлінських рішень надважливих морально-етичних норм і принципів у справі реалізації в регіоні Цілей сталого розвитку.

Термін «сталий розвиток» (sustainable development) з'явився в міжнародному науковому лексиконі відносно недавно, проте його роль та значущість для набуття можливостей забезпечення гідного рівня життя нинішньому та майбутнім поколінням людства важко переоцінити. Офіційно у міжнародний обіг термін був введений у 1992 р. на Конференції ООН з навколишнього середовища і розвитку, яку було проведено у бразильському місті Ріо-де-Жанейро і яка отримала історичну назву «Саміт Землі». Саме тоді зміст поняття «сталий розвиток» було окреслено як розвиток, який дозволяє задовольнити всі поточні та перспективні потреби людства, і при цьому не несе загроз планеті в майбутньому [297]. Подальші дослідження і міркування у цьому напрямі довели необхідність сконцентруватися людству на п'яти основних проблемних аспектах, що визначають глобальні завдання, розв'язання яких спрямоване на поступову реалізацію Цілей сталого розвитку на конкретній території та на планеті взагалі. Детальне дослідження наукових праць в тематиці сталого розвитку та соціальної відповідальності бізнесу дозволило нам сформулювати ці глобальні завдання таким чином [3; 4; 17; 52; 64; 78; 96; 97; 112; 150].

По-перше, суттєву увагу має бути приділено глибокому аналізу

раціональності, ефективності та ризикованості взаємодії людини з природою, на основі чого компетентними органами і провідними фахівцями мають бути проведені ґрунтовні розрахунки та здійснені об'єктивні висновки про вже заподіяну на даний момент життєдіяльністю людини шкоду навколишньому природному середовищу, оцінений рівень її непоправності і незворотності, та розроблені дієві програми щодо відновлення та збереження навколишнього природного середовища для майбутніх поколінь. Тому першим глобальним завданням будемо вважати скорочення і подолання нанесеної діяльністю людини шкоди навколишньому природному середовищу планети.

По-друге, через ті негативні тенденції, які спостерігаються протягом доволі тривалого часу на планеті, з динамікою популяції представників тваринного світу і фауни, через швидку втрату культурних традицій і цінностей різними народами, відбувається наближення ситуації швидкими темпами до катастрофічних наслідків. Саме тому зусилля людства мають бути спрямованими на максимальне збереження різноманіття природного середовища та культурного життя, що являється однією з визначальних умов забезпечення соціально-економічного прогресу суспільства та підвищення якості життя людини на планеті як вже сьогодні, так і в майбутньому. Тому другим глобальним завданням будемо вважати максимальне збереження різноманіття природного середовища та культурного життя на планеті.

По-третє, людство має визнати гостру проблему вичерпності на планеті природних ресурсів, особливо тих, які не є територіально поширеними, а також здебільшого неможливість відновлення більшості з них. Тому існує потреба у розробці заходів щодо керованого використання тих їх обсягів, що на даний момент залишилися у розпорядженні людини на планеті. Паралельно потрібно шукати актуальні можливості для ефективної заміни природних ресурсів на їх альтернативні джерела. Тому третім глобальним завданням будемо вважати кероване використання природних ресурсів планети.

По-четверте, людство має зрозуміти, що кожна дія, яка здійснюється однією особою або групою людей, обов'язковим чином позначається на житті

сьогоднішнього та майбутнього поколінь, і тому в основу прийняття рішень незалежно від рівня управління має бути покладено критерії раціональності, безпечності, доцільності та ефективності. Тому четвертим глобальним завданням будемо вважати дотримання критеріїв раціональності, безпечності, доцільності та ефективності при прийнятті рішень.

По-п'яте, кожна особистість на планеті має усвідомити ті причини власних дій або чітко розуміти ті мотиви особистої коректної поведінки по відношенню до навколишнього природного середовища, що досліджуються в межах теорії поведінкової економіки, які дозволять запобігти реалізації найгіршого сценарію майбутнього розвитку людства на нашій планеті і досягти ознак соціально-економічної та екологічної стабілізації та сталого розвитку. Тому п'ятим глобальним завданням будемо вважати усвідомлення людством впливу сьогоднішніх дій на сценарії розвитку майбутнього.

Кожне з сформульованих глобальних завдань чітко корелює з відповідними Цілями сталого розвитку, прийнятими у 2015 р. на 70-й сесії Генеральної Асамблеї ООН у Нью-Йорку в межах Саміту ООН зі сталого розвитку [11] (табл. 1.2).

Враховуючи той факт, що в основу реалізації на практиці кожного з виокремлених глобальних завдань має бути покладено значні грошові кошти, готові інноваційні рішення та людський капітал, важливу роль у їх втіленні у життя має відіграти бізнес. Будь-яке підприємство, незалежно від сфери і масштабів діяльності, може докласти багато зусиль у справі досягнення регіоном, де воно розташовано, Цілей сталого розвитку, проте для цього його керівництво має взяти на себе певні зобов'язання, докорінно змінити корпоративну політику та стратегію розвитку, спрямувавши їх на відстоювання загальнолюдських норм та цінностей, що дозволить поступово покращити життя людини на планеті, зробити його безпечним як для самої людини, так і для майбутніх поколінь. Звісно, що одне підприємство, навіть саме потужне й прибуткове у світі, одноосібно впоротися зі всіма створеними за час існування людства проблемами не зможе, потрібно йти широким фронтом, щоб досягти помітного результату.

Саме тому прийняття на себе бізнесом зобов'язань щодо корпоративної соціальної відповідальності дозволить створити умови для поступового покрокового припинення руйнівного впливу людини на природне середовище та забезпечити реалізацію Цілей сталого розвитку в окремому регіоні та країні в цілому. Отже, обрана в якості теми даного дослідження проблематика є доволі актуальною і потребує подальшого глибокого вивчення та практичного застосування отриманих результатів.

Таблиця 1.2

Відповідність Цілей сталого розвитку глобальним завданням

Глобальне завдання	Ціль сталого розвитку
Скорочення і подолання нанесеної діяльністю людини шкоди навколишньому природному середовищу планети	Ціль 2. Подолання голоду, розвиток сільського господарства. Ціль 13. Пом'якшення наслідків зміни клімату. Ціль 15. Захист та відновлення екосистем суші
Максимальне збереження різноманіття природного середовища та культурного життя на планеті	Ціль 3. Міцне здоров'я і благополуччя. Ціль 4. Якісна освіта. Ціль 5. Гендерна рівність. Ціль 14. Збереження морських ресурсів
Кероване використання природних ресурсів планети	Ціль 1. Подолання бідності. Ціль 6. Чиста вода та належні санітарні умови. Ціль 7. Доступна та чиста енергія
Дотримання критеріїв раціональності, безпечності, доцільності та ефективності при прийнятті рішень	Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання. Ціль 9. Промисловість, інновації та інфраструктура. Ціль 10. Скорочення нерівності
Усвідомлення людством впливу сьогоdnішніх дій на сценарії розвитку майбутнього	Ціль 11. Сталий розвиток міст і громад. Ціль 12. Відповідальне споживання та виробництво. Ціль 16. Мир, справедливість та сильні інститути. Ціль 17. Партнерство заради сталого розвитку

Джерело: складено автором

За два с половиною воєнні роки в Україні (з лютого 2022 р. по липень 2024 р.) в колекції видань наукометричної бази даних Scopus було проіндексовано

3737 статей (71 статтю або майже 1,9% з яких написано науковцями з України), які були присвяченими різним аспектам та складовим соціальної відповідальності бізнесу [280]. Одночасно спостерігається щорічне збільшення кількості статей, написаних про різні аспекти реалізації соціальної відповідальності бізнесу, що чітко вказує на актуальність обраної тематики дослідження та потребує посилення внеску до світової науки українського наукового доробку щодо знань соціальної відповідальності бізнесу, оскільки саме цей інструмент оздоровлення національної та регіональної економіки в Україні сьогодні використовується не на повну потужність, що несе за собою певні втрати і загрози. Детальне ознайомлення зі змістом останніх наукових праць щодо соціальної відповідальності бізнесу дозволило встановити актуальні на сьогодні напрями досліджень в цій тематиці.

Одним з найбільш досліджуваних на сьогодні питань у сфері соціальної відповідальності бізнесу є обґрунтування чинників, які з того чи іншого боків впливають безпосередньо на спрямованість та змістовність програм соціальної відповідальності або кінцеву результативність їх реалізації на практиці. При цьому в якості методологічної бази таких досліджень використовується широкий спектр сучасних методів й інструментів оцінювання, що гарантовано підтверджує об'єктивність висновків, отриманих у кожному з них. Так, К. Паділья-Лозано (C.P. Padilla-Lozano) та П. Коллаццо (P. Collazzo) на підґрунті використання методів кількісного та психологічного аналізу (метод поперечних зрізів) довели наявність суттєвої залежності між виконанням виробничим суб'єктом господарювання принципів корпоративної соціальної відповідальності та зростанням обсягів зелених інвестицій, які він реалізовує на практиці на підвищення рівня його конкурентоспроможності на ринку [266]. Інші автори, а саме К. Гайо (C. Gaio) та Т. Гонсалвес (T. Gonçalves) завдяки використанню методу глибинного інтерв'ю провели дослідження, за результатами якого довели наявність прямої залежності між відсотком жінок у складі ради директорів корпоративного бізнесу та показниками корпоративної соціальної відповідальності підприємства [214]. Репрезентативність цих та інших праць

цього блоку дозволяє спиратися на їх висновки як на доведені твердження й використовувати їх в якості бази подальших досліджень.

Не зважаючи на не менше ніж двадцятирічну історію реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності компаніями світу, і сьогодні окремим актуальним напрямом досліджень виступає обговорювання проблематики доцільності широкомасштабного розкриття інформації про корпоративну соціальну відповідальність представників бізнесового середовища та оцінюється ефективність цих дій на різних рівнях. Так, Р. Сет (R. Seth) і С. Махентіран (S. Mahenthiran) доводять вірність позиції суб'єктів господарювання, які на добровільних засадах поширюють інформацію про заходи, здійснені ними в межах соціальної відповідальності бізнесу [282]. Автори доводять, що прийняття керівництвом підприємств таких стратегічних рішень являється додатковим інструментом взаємовигідної співпраці зі стейкхолдерами та переконання інституційних інвесторів у доцільності подальшої більш тісної співпраці. Р. Цуй (R. Cui), З. Ма (Z. Ma) та Л. Ван (L. Wang) визначають доцільність розкриття ринку й суспільству більших обсягів інформації про корпоративну соціальну відповідальність і доводять ефективність цих дій саме для бізнес-груп, тобто для компаній, які мають значну кількість дочірніх підприємств [198]. При цьому слід зазначити, що особливо актуальним виступає розкриття інформації соціально відповідальних компаній про ризики в їх діяльності та зокрема ризики, пов'язані безпосередньо з реалізацією проєктів корпоративної соціальної відповідальності в регіоні.

Що стосується дослідження питань відносно можливостей реалізації Цілей сталого розвитку, то за аналогічний період в наукометричній базі даних Scopus було проіндексовано 7933 статті (234 статті або 2,9% з яких належать перу науковців з України) [192]. Означена велика кількість досліджень не є випадковою та пов'язана з широким спектром проблемних питань, які світ намагається розв'язати завдяки втілення у життя проголошених Цілей сталого розвитку. Саме тому можна побачити цілу групу науковців, які ставлять за мету пошук рішень для реалізації певної з сімнадцяти Цілей сталого розвитку,

затверджених ООН. Так, серед останніх досліджень слід виокремити такі напрями, як розвиток бізнесу сільського або зеленого туризму в системі екологічного менеджменту [222; 233], управління очищенням та повторним використанням стічних вод [186], поширення принципів циркулярної економіки та інновацій, орієнтованих на сталий розвиток [276], створення чистих технологій [255], розв'язання проблеми зміни клімату [166] тощо. Отже, як бачимо, спектр питань, що піднімаються сьогодні науковцями у тематиці сталого розвитку є досить різноманітним і охопити їх всі у одному дослідженні практично неможливо. Проте залишається потреба у конкретизації ролі соціально відповідального бізнесу в реалізації принципів та Цілей сталого розвитку як на окремо взятій території, так і у світі в цілому.

Українська наукова спільнота також не стоїть осторонь цих гострих для подальшого комфортного існування людства проблем. У останні роки українські науковці доволі активно досліджують питання взаємозв'язку соціальної відповідальності та сталого розвитку, при цьому рівень розгляду обирається різним. Так, В. Рябченко розглядає цей взаємозв'язок на рівні компетентностей людини [121], Ю. Залознова – розвитку персоналу підприємства [36], Д. Райко і О. Подрез – діяльності підприємства [113], С. Філіппова та В. Філіппов – стратегічного управління суб'єктом господарювання [154]. Не зважаючи на це, залишається і досі потреба у подальших дослідженнях стосовно ролі соціально відповідального бізнесу в досягненні на рівні країни Цілей сталого розвитку.

За часи сповідування ідеології корпоративної соціальної відповідальності у світі сформувалися різні погляди на доцільні об'єкти соціальної відповідальності бізнесу. Одні науковці та практики стверджують, що корпоративна соціальна відповідальність має охоплювати лише ті сфери, на які підприємство безпосередньо впливає своєю виробничо-господарською діяльністю. Інші теоретики корпоративної соціальної відповідальності наголошують на тому, що зміст соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання не має обмежуватися виключно сферою діяльності та територією розташування підприємства та має носити глобальний характер (наприклад, докладання зусиль у

справі подолання голоду в світі, зменшення смертності дітей у низько розвинених країнах світу від певних захворювань через вакцинацію, збереження популяцій червонокнижних представників флори і фауни, очистка водних артерій та басейнів світу від пластика, підвищення рівня грамотності населення в країнах Африки тощо) [271, с. 85]. Звичайно, що такий підхід є найбільш бажаним і результативним для більш швидкого подолання нагромаджених проблем людства, проте ні сьогодні, ні у найближчі десять-п'ятнадцять років його реалізація для українських суб'єктів господарювання, які через війну перебувають на грані виживання, є нездійсненною та примарною.

Існують також альтернативні думки про те, що сфера відповідальності, яку добровільно беруть на себе представники бізнесу, має одночасно бути спрямованою на три напрями – всередину компанії, тобто максимально захищати і розвивати власний персонал; на найближче оточення компанії, тобто клієнтів й населення, що мешкає на території розташування підприємства; ззовні компанії, тобто на відновлення будь-якої сфери життя людини всередині країни та за її межами [5; 6; 9; 124]. Цей підхід для українського сценарію розвитку ділового середовища як під час війни, так і в повоєнний період є більш реалістичним. Навіть якщо підприємець офіційно не афішує свої наміри реалізовувати ті чи інші аспекти соціальної відповідальності бізнесу, він все одно майже в обов'язковому порядку робить певні програми розвитку в межах перших двох напрямів реалізації досліджуваного явища. Що ж стосується третього напрямку, то переважна більшість представників українського бізнесу протягом всіх двох половиною років війни в той чи інший спосіб (найбільш поширеними способами являються волонтерство та благодійні внески на конкретні потреби) бере активну участь у процесах допомоги ЗСУ і постраждалому населенню країни, відновлення зруйнованих країною-агресором об'єктів критичної інфраструктури і житлового фонду регіону тощо [90; 100]. І кожен реалізований прояв соціальної відповідальності українського бізнесу наближує країну до перемоги і подальшого відновлення економіки регіону і країни в цілому.

Дослідження можливих проявів суб'єктами господарювання власної

соціально відповідальної позиції дозволили нам виокремити чотири їх основні складові (рис. 1.2). При цьому вибір конкретної складової та їх поєднання буде здійснюватися безпосередньо керівництвом підприємства виходячи з результатів оцінювання цілої системи умов, чинників та можливостей. У цьому контексті Г. Пфайфар (G. Pfajfar), А. Шохам (A. Shoham), А. Малецка (A. Małeska) та М. Залазник (M. Zalaznik) науковим шляхом доводять доцільність обмеження зони поширення корпоративної соціальної відповідальності суб'єкта господарювання інтересами виключно клієнтів та співробітників [269]. Автори доводять, що лише на такому підґрунті компанія зможе досягти соціально-економічної ефективності. Водночас, на нашу думку, така внутрішньо спрямована соціально відповідальна позиція фірми може бути виправданою лише за умови невеликих обсягів бізнесу. Якщо ж бізнес є потужним та у своїй виробничій діяльності використовує значні обсяги природних й людських ресурсів, має локації у різних регіонах, внутрішньо спрямована позиція корпоративної соціальної відповідальності є недостатньою, що унеможливить реалізацію принципів та досягнення Цілей сталого розвитку.

Підприємці, при обґрунтуванні власної стратегії соціальної відповідальності, можуть обирати будь-який з варіантів прояву своєї соціально відповідальної позиції. При цьому чітко розрахувати й потім гарантовано отримати певний розмір результату скоріш за все не вдасться, навіть якщо подібні випадки траплялися в житті. Так, М. Біггері (M. Biggeri), Д. Колуччі (D. Colucci), Н. Доні (N. Doni) та В. Валорі (V. Valori) на основі проведення ринкового експерименту доводять, що у будь-якому випадку корпоративна соціальна відповідальність дає як економічний, так і екологічний й соціальний ефекти, тобто це одночасно є вигідним і бізнесу, і суспільству [295]. Водночас автори наголошують на тому, що вибір однієї і тієї ж форми прояву соціальної відповідальності різними суб'єктами господарювання не дає однакового очікуваного результату. Це пов'язано з тим, що кінцевий результат від певних проявів соціально відповідальної поведінки бізнесу буде залежати від дії різних факторів, таких як: авторитет та конкурентоспроможність суб'єкта господарювання на ринку; розміри коштів, які

можуть бути інвестованими у програми і проєкти соціальної відповідальності; час, який обрано для реалізації тієї чи іншої програми; рівень професіоналізму, емпатії, таланту, креативності та внутрішньої мотивації до реалізації проєктів соціальної відповідальності бізнесу у керівництва та працівників суб'єкта підприємницької діяльності, які ці проєкти безпосередньо реалізують на практиці.

Незалежно від того, який напрям чи складову соціально відповідальної поведінки вибере керівництво підприємства та на який об'єкт спрямовує свої зусилля у цьому випадку, буде створено умови для реалізації на рівні як мінімум регіону тієї чи іншої Цілі сталого розвитку, про які йшлося на початку даного підрозділу. Отже, введення до складу стратегії розвитку підприємства елементів соціальної відповідальності бізнесу має стати умовою стабілізації економіки країни та виконання умов сталого розвитку на її території.

Реалізувати перше глобальне завдання (скорочення і подолання нанесеної діяльністю людини шкоди навколишньому природному середовищу планети) без участі бізнесу не представляється можливим, так як саме виробничі цілі визначають зростаючі обсяги потреби у природних матеріалах та тим самим наносять невиправну шкоду екології певної території та планети в цілому. Лише ставши на шлях соціальної відповідальності бізнес зможе знайти ресурси для переведення виробництва на безпечні інноваційні технології та інвестувати у поступове припинення руйнівних впливів і відновлення екології певного регіону. Зарубіжні та вітчизняні приклади реалізації на практиці бізнесом даного глобального завдання наведено у табл. 1.3 [71; 100].

При реалізації другого глобального завдання (максимальне збереження різноманіття природного середовища та культурного життя на планеті) програми відповідного збереження мають мати у своїй основі значні обсяги коштів, які є у розпорядженні лише у потужного і прибуткового бізнесу. При цьому слід розуміти, що такі вкладення коштів, скоріш за все, не принесуть фінансового прибутку компанії, тому підприємство їх може здійснювати виключно на підґрунті свого добровільного обов'язку перед суспільством у межах соціальної

відповідальності. А це, у свою чергу, стане умовою отримання суб'єктами господарювання іміджевих дивідендів, цінність яких є досить високою для тих підприємців, які орієнтуються на реалізацію стратегічних планів перспективного розвитку бізнесу.

Таблиця 1.3

**Приклади реалізації на практиці глобального завдання зі сталого розвитку
щодо скорочення і подолання нанесеної діяльністю людини шкоди
навколишньому природному середовищу планети**

Ціль сталого розвитку	Зарубіжна практика	Українська практика
<i>Ціль 13. Пом'якшення наслідків зміни клімату</i>	<p>Jaguar та Ford проголосили про повний перехід на виробництво електромобілів. Volkswagen планує до 2030 р. довести долю електромобілів у продажах до 50,0%.</p> <p>Mercedes-Benz Group AG поставив мету до 2039 р. запустити автомобіль, повністю нейтральний до CO₂.</p> <p>Microsoft. Запроваджено внутрішньо фірмовий податок на викидів CO₂.</p> <p>Samsung. Запровадження програм адаптації до зміни клімату на планеті</p>	<p>ДТЕК. Ключовою метою компанії є досягнення стану повністю нейтральної до CO₂ компанії до 2040 р.</p> <p>WOG. Щорічно компанія скорочує викиди CO₂ на 54 т.</p> <p>Нафтогаз Україна. Компанія здійснює моніторинг викидів парникових газів та встановила мету довести до 2040 р. до нетто-нуля викиди CO₂ від операційної діяльності</p>
<i>Ціль 15. Захист та відновлення екосистем суші</i>	<p>BMW Group. При виборі місця будівництва нового заводу враховуються особливості ландшафту та дотримуються вимоги збереження навколишнього середовища</p>	<p>ДТЕК. Підприємства здійснюють роботи з озеленення та рекультивації земель для захисту біорізноманіття та відновлення екосистеми</p>

Джерело: складено автором на основі [19; 87; 184; 211; 231; 252; 254; 279; 301; 307]

Зарубіжні та вітчизняні приклади реалізації на практиці бізнесом другого глобального завдання наведено у табл. 1.4.

Втілення у життя третього глобального завдання зі сталого розвитку,

пов'язаного з керованим використанням ресурсів планети, неможливо здійснити без активної участі бізнесу.

Таблиця 1.4

**Приклади реалізації на практиці глобального завдання зі сталого розвитку
щодо максимального збереження різноманіття природного середовища
та культурного життя на планеті**

Ціль сталого розвитку	Зарубіжна практика	Українська практика
<i>Ціль 3. Міцне здоров'я і благополуччя</i>	<p>IBM. Розробка та реалізація програм розширення доступу та покращення якості охорони здоров'я у світі. Технологічне інноваційне озброєння світових наукових лідерів та практиків, що проводять провідні дослідження у сфері охорони здоров'я.</p> <p>Samsung. Впровадження технологій дистанційного медичного обслуговування для населення регіонів, що не мають доступу до якісних медичних послуг</p>	<p>ДТЕК. Забезпечення доступу до якісних медичних послуг, запровадження проєктів телемедицини та агітація за здоровий спосіб життя.</p> <p>Метінвест. Щорічні медичні огляди працівників, програми медичного страхування.</p> <p>WOG. Програма «Дитяча хірургія серця» та ініціатива участі в інвестуванні в сучасне обладнання для НІССХ ім. М.М. Амосова</p>
<i>Ціль 4. Якісна освіта</i>	<p>BMW Group. Щорічно компанія інвестує біля 400 млн євро у програми професійного розвитку, коучинг, програми лідерства. Програми залучення та розвитку талантів.</p> <p>Microsoft. Програма діджиталізації шкільної освіти в США ConnectED.</p> <p>IBM. Надання доступу університетам країни до баз програмного забезпечення компанії</p>	<p>Метінвест. Безперервний розвиток персоналу в Корпоративному університеті. Тісна співпраця з ЗВО регіону та країни, працевлаштування найкращих випускників за результатами виробничої практики.</p> <p>ДТЕК. Створено Academy DTEK для внутрішніх та зовнішніх слухачів</p>
<i>Ціль 5. Гендерна рівність</i>	Mercedes-Benz Group AG. Відпустка по догляду за дитиною надається на вибір або матері, або батьку	НІБУЛОН. Кадрова політика заснована на принципах прозорості та кадрової рівності

Джерело: складено автором на основі [19; 45; 66; 91; 252; 254; 279; 307]

Промислові обсяги використання у виробництві більшості ресурсів призвели до швидкого скорочення їх запасів на планеті, через що вже у найближчому майбутньому очікується їх суттєвий дефіцит. Саме тому суб'єкти господарювання вже сьогодні повинні шукати фінансові та технологічні можливості для переведення своєї діяльності на відновлювані джерела енергії та альтернативні види ресурсів, повторного використання води, що можливо здійснити у межах програм соціальної відповідальності. Зарубіжні та вітчизняні приклади реалізації на практиці бізнесом даного глобального завдання наведено у табл. 1.5 [71].

Таблиця 1.5

**Приклади реалізації на практиці глобального завдання
зі сталого розвитку щодо керованого використання
природних ресурсів планети**

Ціль сталого розвитку	Зарубіжна практика	Українська практика
<i>Ціль 1. Подолання бідності</i>	Samsung. Технічне забезпечення персоналу, що на комплексній основі надає послуги вразливим верствам населення та у бідних районах	АТБ. Проєкт «Не чужі долі» – адресна допомога сім'ям, які втратили годувальника в АТО або опинилися в скрутному становищі
<i>Ціль 6. Чиста вода та належні санітарні умови</i>	BMW Group. Запровадження безводних технологій виготовлення та технологій очищення стічних вод	ДТЕК. Розроблено програми по оптимізації водоспоживання у виробництві
<i>Ціль 7. Доступна та чиста енергія</i>	Apple. Повний перехід на джерела відновлюваної енергії та розробка технологій зменшення її споживання. BMW Group. Розвиток біоенергетики та планування переведення виробництва на відновлювані джерела енергії. Microsoft. До 2024 р. 70,0% потреби компанії в енергії мають забезпечуватися з відновлюваних джерел	ДТЕК. Запровадження технологій відновлюваної енергетики. Сьогодні компанія володіє 1 ГВт сонячних та вітряних електростанцій. WOG. Установлено вже понад 800 сонячних панелей потужністю 180 тис. кВт на рік. Забезпечено можливості для зарядки електромобілів по всій мережі

Джерело: складено автором на основі [2; 19; 174; 184; 254; 279; 307]

Четверте глобальне завдання, пов'язане з дотриманням критеріїв раціональності, безпечності, доцільності та ефективності при прийнятті рішень незалежно від рівня управління, а тому його виконання має створити сприятливе середовище для покращення рівня і якості життя людини. Особливо це є актуальним для великого бізнесу, діяльність якого через потужний вплив на навколишнє середовище, має чітко регламентуватися не лише зовнішніми, а й внутрішніми нормами та етичними принципами, що і визначає контури соціальної відповідальності. Зарубіжні та вітчизняні приклади реалізації на практиці бізнесом даного глобального завдання наведено у табл. 1.6 [71].

Таблиця 1.6

Приклади реалізації на практиці глобального завдання зі сталого розвитку щодо дотримання критеріїв раціональності, безпечності, доцільності та ефективності при прийнятті рішень

Ціль сталого розвитку	Зарубіжна практика	Українська практика
1	2	3
<i>Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання</i>	<p>Mercedes-Benz Group AG. Надання працівникам гарантованої зайнятості до 2029 р. не зважаючи на цифровізацію, пандемію та інші глобальні зміни останніх років. Щорічно відбувається збільшення розміру заробітної плати.</p> <p>BMW Group. Персонал може обрати країну та місто, де планує підніматися кар'єрними сходами. Для покращення умов праці запроваджено робототехніку</p>	<p>Метінвест. Кращім працівникам надаються можливості для кар'єрного зростання на підприємствах Групи в Україні або розвинених країнах світу.</p> <p>МХП. Благодійний фонд «МХП-Громаді» проводить Всеукраїнський конкурс мікрогрантів «Час діяти, Україно!». Метою конкурсу виступає підтримка локальних соціальних ініціатив з 14 областей України</p>
<i>Ціль 9. Промисловість, інновації та</i>	Microsoft. На основі програми «AI for Earth» разом із партнерами створено середовище для розробки	Київстар. Створено програму «Інновації та підприємництва», яку реалізують на базі функціонування

Продовження табл. 1.6

1	2	3
<i>інфраструктура</i>	інновацій, що дозволяють розв'язувати соціальні та екологічні проблеми світу	освітніх дитячих таборів «GoCamp» із залученням іноземних волонтерів, тренування англійської мови
<i>Ціль 10. Скорочення нерівності</i>	Mercedes-Benz Group AG. Apple. Надання рівних можливостей у працевлаштуванні незалежно від статі, віку, національності та стану здоров'я. Microsoft. Програма Airband дозволяє у віддалених сільських районах забезпечити населенню широкосмуговий зв'язок	Київстар. Функціонує онлайн-школа мобільної грамотності «Смартфон для батьків» для людей старшого віку. МХП. Створено проєкт «Соціальний магазин», який за пільговими цінами надає певний перелік продуктів мешканцям сільських територій

Джерело: складено автором на основі [49; 66; 83; 174; 184; 252; 254]

П'яте глобальне завдання наголошує на тому, що будь-які дії сьогодні ведуть до конкретного результату, і необхідно докладати значних зусиль, щоб не погіршити сценарій майбутнього розвитку людства [106]. Саме тому стратегія розвитку будь-якого бізнесу та діяльності будь-якого суб'єкта господарювання має вже сьогодні розроблятися з урахуванням необхідності запровадження програм і технологій, які б мінімізували дію всіх агресивних та негативних факторів його впливу. Зарубіжні та вітчизняні приклади реалізації на практиці бізнесом даного глобального завдання наведено у табл. 1.7 [71].

Аналіз наведених прикладів щодо соціальної відповідальності бізнесу дозволяє констатувати, що світові компанії більшим чином спрямовані на реалізацію глобального рівня цілей сталого розвитку, тоді як українські – на реалізацію локального та прикладного їх рівня. Пояснити такі розбіжності можливо різними економічними можливостями компаній та відмінностями в соціально-економічному розвитку територій, на яких розташовані їх виробничі потужності та управлінські центри. Крім того слід підтвердити наявність значного впливу соціальної відповідальності бізнесу на реалізацію глобального завдання зі

сталого розвитку в регіоні.

Таблиця 1.7

**Приклади реалізації на практиці глобального завдання зі сталого розвитку
щодо усвідомлення людством впливу сьогоденішніх дій на сценарії розвитку
майбутнього**

Ціль сталого розвитку	Зарубіжна практика	Українська практика
<i>Ціль 11. Сталий розвиток міст і громад</i>	Mercedes-Benz Group AG. Розроблено спеціальну платформу, яка об'єднує підприємства регіону, задля активізації та підвищення мобільності міського та сільського населення. BMW Group. Запроваджено програму «CultureMobile» з метою поширення у світі класики світової літератури	ДТЕК. Створення дієвих програм підтримки громад щодо розв'язання наявних у них проблем. АТБ. Щорічно спрямовує біля 50 млн грн. на реалізацію соціальних програм по економічному, інфраструктурному та культурному розвитку міст України
<i>Ціль 12. Відповідальне споживання та виробництво</i>	Samsung. Заборона використання в виробництві неетично здобутих корисних копалин	ДТЕК. Розробляються програми безпечної утилізації значної частини виробничих відходів
<i>Ціль 17. Партнерство заради сталого розвитку</i>	BMW Group. Інвестування компанією щорічно до 40 млн євро у програми, спрямовані на розв'язання нагальних соціальних й екологічних проблем світу	Київстар. Запроваджено програми SMS-благодійності «Дитяча надія» щодо лікування хворих дітей та у співпраці з Національною поліцією – проєкту «Пошук Дітей»

Джерело: складено автором на основі [2; 19; 49; 184; 252; 279]

Деталізація ймовірних шляхів участі бізнесу у реалізації Цілей сталого розвитку на певній території в межах виокремлених глобальних завдань із виокремленням чотирьох узагальнених складових соціальної відповідальності бізнесу, представлених на рис. 1.2, дозволила сформувати матрицю можливих шляхів реалізації суб'єктами господарювання взятих на себе зобов'язань в межах соціальної відповідальності бізнесу України (рис. 1.5).

Глобальне завдання	Ціль сталого розвитку	Відповідальність перед суспільством за виробництво достатніх обсягів високоякісної продукції, що відповідає всім національним та світовим нормам і потребам споживача	Соціальний розвиток території розташування виробничих потужностей підприємця, мінімізація наслідків екологічного впливу як можливого, так і вже здійсненого	Захист та розвиток культурних цінностей і природного середовища території, акумулювання інвестицій у нагромадження знань й розробку інновацій, спроможних її відновити	Вибір та дотримання суб'єктом господарювання людино-центристського підходу, відповідно до якого працівники мають бути створені необхідні умови праці
Скорочення і подолання нанесеної діяльністю людини шкоди навколишньому природному середовищу планети	Ціль 2. Подолання голоду, розвиток сільського господарства. Ціль 13. Пом'якшення наслідків зміни клімату. Ціль 15. Захист та відновлення екосистем суші	Трансформація технологій виробництва задля досягнення їх безпечності для екології і людини. Надання повної та достовірної інформації про склад, походження та спосіб виробництва продукції	Використання технологій, що зменшують виробничі викиди шкідливих речовин у повітря, воду та ґрунт. Впровадження системи роздільного збору та переробки промвідходів	Фінансування та участь у проєктах з відновлення та збереження природних екосистем, лісів, водних ресурсів території. Підтримка програм з очищення територій, річок, озер	Стимулювання ініціатив залучення працівників до програм скорочення та подолання нанесеної діяльністю людини шкоди навколишньому природному середовищу
Максимальне збереження різноманіття природного середовища та культурного життя на планеті	Ціль 3. Міцне здоров'я і благополуччя. Ціль 4. Якісна освіта. Ціль 5. Гендерна рівність. Ціль 14. Збереження морських ресурсів	Використання у виробництві екологічно чистих та безпечних для здоров'я та екології матеріалів і компонентів. Впровадження прозорих практик маркування та пакування продукції	Партнерство з ЗВО, надання грантів і стипендій для місцевих студентів. Спонсорування проведення культурних, освітніх та спортивних заходів	Фінансування реставрації та збереження історичних пам'яток та архітектурних об'єктів. Підтримка місцевих митців через гранти, виставки робіт, продаж продукції, аукциони	Запровадження політик рівності та недискримінації у працевлаштуванні та кар'єрному зростанні. Залучення до роботи різних груп населення, людей з особливими потребами
Кероване використання природних ресурсів планети	Ціль 1. Подолання бідності. Ціль 6. Чиста вода та належні санітарні умови. Ціль 7. Доступна та чиста енергія	Переведення виробництва та офісу на альтернативні й відновлювані джерела енергії. Зворотне використання води у виробництві	Впровадження програм утилізації відходів та рециклінгу. Використання вторинних матеріалів у виробництві	Інвестування власних коштів у генерацію енергії з відновлюваних джерел енергії, зменшення викидів парникових газів	Надання працівникам медичного страхування, оплачуваних відпусток та лікарняних, соціальних виплат
Дотримання критеріїв раціональності, безпечності, доцільності та ефективності при прийнятті рішень	Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання. Ціль 9. Промисловість, інновації та інфраструктура. Ціль 10. Скорочення нерівності	Впровадження і дотримання національних і міжнародних стандартів якості та безпеки продукції; регулярне тестування продукції в незалежних лабораторіях для забезпечення її відповідності стандартам. Постійні дослідження та впровадження новітніх технологій для підвищення якості продукції. Відмова від використання заборонених форм праці та забезпечення справедливих умов праці на всіх етапах виробничого процесу	Програми соціальної допомоги вразливим верствам населення. Регулярний моніторинг екологічних показників та публікація звітів про екологічний вплив підприємства на навколишнє середовище. Впровадження дієвої системи екологічного менеджменту на підприємстві. Підтримка працевлаштування місцевих жителів. Забезпечення гідних умов праці та конкурентної оплати праці	Будівництво та модернізація музеїв, театрів, бібліотек, культурних центрів. Відкриття центрів культури і мистецтв для популяризації місцевих традицій та спадщини. Інвестування в розробку та впровадження технологій, які знижують вплив на екологію. Фінансування наукових досліджень в області екології, відновлюваної енергетики, технологій збереження ресурсів	Дотримання стандартів охорони праці та техніки безпеки. Проведення регулярних інструктажів та навчань з безпеки праці. Надання необхідного захисного обладнання та одягу. Забезпечення комфортних умов у робочих приміщеннях (належна вентиляція, освітлення, температура). Організація зручних робочих місць, що відповідають ергономічним вимогам і нормам
Усвідомлення людством впливу сьогоdnішніх дій на сценарій розвитку майбутнього	Ціль 11. Сталий розвиток міст і громад. Ціль 12. Відповідальне споживання та виробництво. Ціль 16. Мир, справедливість та сильні інститути. Ціль 17. Партнерство заради сталого розвитку	Справедливе та етичне ставлення до постачальників і партнерів. Співпраця з провідними науководослідними та освітніми організаціями щодо розробки інноваційних технологій виробництва, інноваційних товарів. Зворотний зв'язок зі споживачами для покращення продукції і сервісу	Будівництво та ремонт доріг, освітніх та медичних закладів, спортивних майданчиків. Створення та підтримка громадських парків та зон відпочинку. Співпраця з місцевими поставальниками та виробниками. Підтримка розвитку малого та середнього бізнесу	Проведення освітніх кампаній щодо важливості збереження навколишнього середовища. Підтримка екологічних ініціатив в школах та університетах, створення еко-клубів. Проведення консультацій з місцевими громадами щодо планів розвитку та екологічних заходів	Участь у спільних проєктах з місцевими громадами, неурядовими організаціями, урядовими структурами. Організація програм психологічної підтримки та консультування працівників. Надання допомоги у вирішенні особистих та сімейних проблем

Рис. 1.5. Матриця можливих шляхів реалізації суб'єктами господарювання взятих на себе зобов'язань в межах соціальної відповідальності бізнесу

Джерело: складено автором

Звичайно, що кожен суб'єкт господарювання самостійно приймає рішення стосовно того, чи дійшов його бізнес з фінансової, іміджевої або ідеологічної точок зору до того рівня, що набув можливості та внутрішньої затребуваності на реалізацію тих чи інших програм і проєктів соціальної відповідальності бізнесу. Спектр конкретних заходів та сферу поширення ініціатив з соціальної відповідальності також обирає кожен суб'єкт господарювання самостійно. Слід лише чітко розуміти керівництву, що перелічені в матриці заходи мають подвійну дію та сприяють:

- підвищенню якості продукції та одночасному зміцненню довіри споживачів, покращенню репутації підприємства як товаровиробника на ринку;

- покращенню екологічної ситуації та одночасному підвищенню здоров'я й якості життя місцевих жителів, що, у свою чергу, зміцнить довіру та сформує позитивний імідж підприємства в суспільстві;

- збереженню культурної спадщини та природного середовища, що наблизить умови досягнення територією критеріїв сталого розвитку та збільшить потоки туристів, тобто потенційних споживачів продукції підприємства;

- зростанню рівня задоволеності працівників працею на підприємстві, їхньої лояльності та продуктивності праці, та одночасному створенню позитивного бренду підприємства на ринку праці як відповідального роботодавця.

Отже, можемо констатувати, що соціальна відповідальність бізнесу лежить в основі реалізації принципів сталого розвитку та можливостей досягнення на цьому підґрунті відповідних сімнадцяти цілей, проголошених ООН. Втілення у життя таких можливостей дозволить створити умови на рівні окремих регіонів країни щодо підвищення рівня і якості життя людини, покращення екологічної ситуації та економного використання природних ресурсів, залежи яких на планеті нажаль стрімко скорочуються. Саме тому доцільно стимулювати бізнес до активізації власної політики соціальної відповідальності бізнесу, незалежно від того, на які об'єкти чи напрями вона буде спрямованою. Важлива роль у такому стимулюванні має належати органам регіональної та державної влади, які мають використовувати дієві інструменти стимулюючого характеру та при цьому діяти

відповідно до затверджених законодавчих норм. Враховуючи той факт, що на сьогодні в Україні у сфері соціальної відповідальності бізнесу спостерігається практично повна відсутність дієвих нормативно правових документів, обґрунтуванню їх основних положень та інструментарію впливу на суб'єктів господарювання доцільно приділити окрему увагу. При формуванні такого інструментарію важливо спиратися на досвід інших країн світу, які у цьому напрямі пройшли довгий та важкий шлях.

1.3. Зарубіжний досвід формування культури соціальної відповідальності бізнесу

Думаємо, що ні у кого не викликає сумніву твердження, що бізнес виступає рушійною силою соціально-економічного розвитку будь-якої країни. Дійсно, саме бізнес створює нові робочі місця, виводить на ринок новий продукт, тим самим задовольняючи попит населення на якісні товари і послуги вітчизняною продукцією, сплачує податки до місцевих та державного бюджетів тощо. Вірними також будуть і твердження, що головною метою функціонування любого бізнесу (за умови, що бізнес представлений прибутковою формою організації) є отримання прибутку та саме високоприбутковий бізнес може принести економіці регіону і країни найбільшу соціально-економічну віддачу. Враховуючи той факт, що рівень прибутковості суттєвим чином залежить від бренду роботодавця та товаровиробника суб'єкта господарювання на ринку, сьогодні в сучасному портфелі дієвих інструментів регулювання ринкової привабливості та забезпечення конкурентоспроможності бізнесу ключове місце посіла корпоративна соціальна відповідальність. Це пов'язано здебільшого із тим, що соціально відповідальне підприємство має більші шанси для отримання потрібних для розвитку інвестиційних потоків як від вітчизняних, так і від іноземних партнерів, й притягує найбільш конкурентоспроможних і талановитих фахівців з первинного та вторинного ринків праці, що у комплексі дозволяє підняти

технологію виробництва на більш високий інноваційний рівень. На цьому підґрунті можемо констатувати, що саме поширення у бізнес середовищі окремої країни та світу в цілому проявів соціально відповідальної поведінки бізнесу поступово дозволить розв'язати нагромаджені людством проблеми та стати на шлях свідомої реалізації Цілей сталого розвитку.

В основі успішного формування в суспільстві певної країни або регіону стійкої культури соціальної відповідальності лежить ціла система сприятливих і спонукальних чинників, основними з яких можна вважати достатні темпи соціально-економічного розвитку території, успішні законодавчі ініціативи стимулювання позитивних практик соціальної відповідальності, високу громадянську активність і залученість населення, сформовану протягом тривалого часу довіру населення до державних органів влади та бізнесу, традиційні морально-етичні цінності суспільства тощо. Важливу стимулюючу роль у поширенні соціально відповідальних практик в бізнес середовищі також відіграє міжнародне співтовариство, представники якого на основі вивчення нефінансових звітів компаній інших країн роблять позитивний або негативний висновок про можливості майбутніх партнерських відносин з даними суб'єктами господарювання [188]. Основою таких висновків слугує прагнення зарубіжних компаній дотримуватися вимог і стандартів сталого розвитку на всіх етапах власної діяльності – від виробництва і до реалізації продукту.

Оцінка перелічених чинників по відношенню до України не дозволяє дійти позитивних й обнадійливих висновків. Сьогодні розвиток та функціонування бізнесу в Україні відбувається за доволі складних умов, в основі яких лежить окупація частини території країни, що почалася в 2014 р., та повномасштабний напад РФ в 2022 р., і тому досить часто соціальна відповідальність українського бізнесу проявляється у вигляді соціального підприємництва або волонтерського руху, спрямованих на наближення справедливої перемоги країни у загарбницькій війні. Проте, навіть на фоні національно визвольних настроїв в Україні не спостерігається масового переходу суб'єктів господарювання на соціально відповідальний тип діяльності. У складі значної кількості причин, що стримують

бізнес від широкої реалізації на практиці принципів сталого розвитку слід назвати дві основні:

відсутність достатнього обсягу вільних фінансових ресурсів та низька прибутковість виробничо-господарської діяльності, що суттєво обмежує обсяги коштів, які бізнес може спрямувати на розв'язання тих чи інших соціальних та/або екологічних проблем регіону, країни, світу;

відсутність розуміння необхідності, доцільності та внутрішньої потреби у керівництва та топ-менеджменту підприємства здійснювати ті чи інші прояви соціально відповідальної поведінки під час ведення бізнесу.

Обидві причини пов'язані здебільшого з тим, що представники бізнесу розглядають соціальну відповідальність виключно як додатковий напрям спрямування коштів, яких і так не вистачає на реалізацію навіть оперативних задач виробничо-господарського характеру. Тобто здебільшого бізнес необізнаний у тих позитивних зрушеннях і перевагах, які суб'єкти господарювання можуть отримати від взяття на себе обов'язків з соціальної відповідальності. Натомість соціально відповідальний бізнес отримує цілу низку іміджевих переваг та преференцій, які дозволять у перспективі суттєвим чином підвищити й матеріальну складову його діяльності. Для цього має бути докорінним чином трансформовано філософію бізнесу і змінено пріоритети: першочергово не наявність вільних коштів має лежати в основі соціально корисних вчинків суб'єктів господарювання, а, навпаки, соціально відповідальна поведінка підприємців буде поступово формувати їх привабливий бренд як роботодавця й товаровиробника на національному та міжнародному ринках, тим самим породжувати попит на їх продукцію або послуги, а отже й дозволить набути стабільну в часі тенденцію до зростання розміру прибутку [155]. Ну а зростання розміру прибутку дозволить ще більше розширити спектр благодійних справ та проявів соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання. Саме ця трансформована ідея функціонування бізнесу і стала фундаментом концепції корпоративної соціальної відповідальності, яка виступає провідною стратегією діяльності переважної більшості успішних компаній світу і має

охопити максимальну кількість українських суб'єктів господарювання вже сьогодні та в повоєнний період, щоб прискорити процес відновлення країни.

Отже, можемо констатувати, що в Україні на сьогодні в діловому середовищі ще не сформувалося культури соціальної відповідальності, присутні лише окремі добровільні прояви суб'єктами господарювання тих чи інших аспектів соціально відповідальної поведінки, у її класичному розумінні, здебільшого спрямованої всередину підприємства. Разом з тим, вже наявність таких практик можна вважати підставою для позитивних тенденцій щодо старту в Україні процесів формування культури соціальної відповідальності та отримання в майбутньому можливостей досягнення на цій основі Цілей сталого розвитку.

Для того, щоб прискорити процеси формування в Україні культури соціальної відповідальності бізнесу потрібно орієнтуватися на провідний досвід інших країн, брати найкращі ініціативи зарубіжних колег за основу та створювати власну і неповторну траєкторію досягнення тенденцій сталого розвитку. При цьому в професійних колах прийнято орієнтуватися саме на досвід економічно розвинених країн світу, які вже досягли потужних результатів і на їх прикладі можна в часовій ретроспективі вивчати ті успішні і неуспішні кейси, які було застосовано різними компаніями. Разом з тим, при перенесенні зарубіжного досвіду на українські реалії потрібно буде робити поправки на вихідні умови, в яких ці кейси створювалися і застосовувалися, інакше отримати подібний до розвинених країн результат не вдасться. І тому, беручи до уваги сучасний стан соціально-економічного розвитку економіки України, орієнтуватися виключно на досвід і практики реалізації соціальної відповідальності в економічно розвинених країнах світу буде не дуже вірно. Тому ми прийняли рішення проаналізувати досвід впровадження практик соціальної відповідальності бізнесу різних за рівнем соціально-економічного розвитку та географічного розташування країн світу. Отримані висновки з такого аналізу мають стати фундаментом для формування культури, тобто принципів забезпечення та інструментарію підтримки соціальної відповідальності бізнесу в Україні в повоєнний період.

Базу вихідних даних для виконання теоретичного аналізу практик реалізації

соціальної відповідальності бізнесу в світі було отримано на основі вивчення змісту результатів наукових досліджень, здійснених та опублікованих науковцями різних країн світу в бібліографічній та реферативній базі даних Scopus. Обмеженнями при виборі досліджень слугували два критерія: часовий (розглядалися виключно статті, опубліковані в 2024 р.) та змістовний (розглядалися виключно статті, знайдені за пошуковим запитом «соціальна відповідальність бізнесу»). Використання означених обмежень дозволило звужити базу пошуку до 1838 матеріалів, з яких було обрано 62 статті, які надавали детальний аналіз конкретних практик реалізації соціальної відповідальності в окремих країнах або групах країн. В основу отриманих результатів кожного з 62 досліджень науковцями було покладено аналіз діяльності 150-650 суб'єктів господарювання конкретної галузі. В якості інструментів проведення дослідження науковцями використовувалися прямі інтерв'ю представників бізнесу, онлайн анкетування керівництва підприємства, вивчення змісту нефінансових звітів, оприлюднених на офіційних сайтах суб'єктів господарювання.

Отримані практики реалізації соціальної відповідальності бізнесу розбито на сім груп (країни світу з розвинутою економікою; країни Європи, що розвиваються; країни Азії, що розвиваються; країни Латинської Америки та Карибського басейну; країни Близького Сходу і Центральної Азії; країни Африки на південь від Сахари; об'єднані групи країн або регіони світу), кожен з яких представлено в окремій таблиці (табл. 1.8-1.14). Групування країн в межах таблиць здійснено за допомогою Баз даних World Economic Outlook [288]. В межах кожної таблиці здійснено ранжування країн за рівнем показника ВВП на душу населення, розрахованого в доларовому еквіваленті та досягнутого кожною країною в 2023 р. на основі даних Trading economics [289]. Використання даного підходу до формування бази даних дозволило охопити різні галузі та сфери економічної діяльності проаналізованих країн світу, що забезпечило комплексність оцінки.

Практики реалізації соціальної відповідальності бізнесу в окремих галузях в країнах світу з розвинутою економікою представлено в табл. 1.8.

**Практики реалізації соціальної відповідальності бізнесу в окремих галузях
в країнах світу з розвинутою економікою**

Країна	Сектор економіки, на прикладі якого наводиться застосування практик реалізації соціальної відповідальності бізнесу	Висновки, зроблені науковцями на основі досліджень провідних практик реалізації соціальної відповідальності бізнесу в країні
1	2	3
США	Міжнародний бізнес у сфері харчових продуктів та енергетики	Для обох галузей ефект від заходів соціальної відповідальності співставний. Встановлено різницю в аспектах соціальної відповідальності між галузями та їх зміну за роками
	Публічний сектор	Засоби масової інформації впливають на соціальні очікування щодо відповідальності бізнесу. Компанії реагують односторонньо, приймаючи добровільні програми соціальної відповідальності, щоб виправдати очікування, встановлені історією фірми, основним бізнесом, іміджем. Однак відповідність зовнішнім силам спонукає їх діяти, не розуміючи мотивів, обмежень і можливостей, що веде до неефективності
Австралія	Великий, середній та малий бізнес	Інвестиції у внутрішню та зовнішню складові соціальної відповідальності суттєво впливають на інновації, створюючи цінність для фірми та стейкхолдерів
Німеччина	Машинобудівний сектор	Ключові перешкоди для ефективного впровадження принципів соціальної відповідальності: проблеми з людськими ресурсами, концептуальна невизначеність, юридичні складності, прогалини в стандартизації та швидке впровадження. Рушійні сили: вимоги клієнтів, залучення талантів, вплив рейтингових агентств, внутрішня мотивація, відданість керівництва та дотримання нормативних вимог
	Бізнес, що функціонує в країні	Ініціативи соціальної відповідальності не являються позитивним торговим сигналом, що гарантує надлишкові прибутки та аномальну прибутковість акцій після оголошень про злиття та поглинання. Менеджери та інвестори повинні розглядати соціальну відповідальність не як короткострокову інвестицію, а як невід'ємний компонент сприяння сталому розвитку
Великобританія	Малий та середній бізнес	Позитивний вплив соціальної відповідальності на широкий спектр бізнес, соціальних та екологічних результатів
Фінляндія	Великий бізнес	Компанії більше покладаються на стандартизовані методи нефінансової звітності, а не приділяють достатньої уваги методам управління талантами
Італія	Публічний сектор	Загальна тенденція до розкриття нефінансової інформації, і, в першу чергу, екологічної, але не за стандартами. Звітність здебільшого носить узагальнений й описовий характер щодо відновлення екосистем
	Компанії сектору обсмажування кави	Світовий лідер з експорту кави та існують економічні, соціальні й екологічні проблеми, що впливають з її обсмаження. Чим меншим є обсяг компанії, тим більш недостатнім є рівень її зацікавленості у заходах соціальної відповідальності

Продовження табл. 1.8

1	2	3
Тайвань	Культурні та креативні індустрії	Зв'язок між соціальною відповідальністю, конкурентоспроможною стратегією бізнесу та ефективністю інновацій є високим. Фірми мають альтруїстично сприймати соціальну відповідальність, зосередитися на соціальних інноваціях
	Банківський сектор	За умов досягнення високої ефективності дій з соціальною відповідальністю скорочуються фінансові труднощі банків і підвищується стабільність бізнес-операцій. Нефінансові звіти ефективно зменшують борг і піднімають вартість капіталу
Південна Корея	Сектор споживчої кооперації	Галузь сформувалася у 80-ті роки ХХ ст. з метою покращити суспільний добробут. Доведено історично сформовані принципи соціальної відповідальності та етичності підприємств галузі, зайнятих виробництвом органічних продуктів харчування та підтримкою ініціатив розвитку громади (екоспоживацтво, фемінізм, рух міст справедливої торгівлі тощо)
Іспанія	Сільськогосподарський сектор	Інтеграція технологічних інновацій із соціальною відповідальністю через оптимізацію використання ресурсів та мінімізацію впливу на навколишнє середовище сприяють забезпеченню довгострокової стійкості та конкурентоспроможності в точному землеробстві та розумному вирощування худоби
	Малий та середній бізнес	Соціальна відповідальність, цифрові технології і корпоративне підприємництво синергетично підвищують організаційну стійкість бізнесу та створюють стійке бізнес-середовище для тривалого успіху
Чехія	Транснаціональні корпорації, які зареєстровані в країнах ЄС і функціонують в Чехії	Спосіб, яким корпорації інтегрують соціальну відповідальність у свою діяльність та доносять її до стейкхолдерів, може суттєво вплинути на їхнє становище на ринку та ділову репутацію корпорації
Литва	Малий та середній бізнес	Бізнес вважає розробку сталої стратегії діяльності важливим пріоритетом на найближчу перспективу, проте розробка стійких інновацій через залучення стейкхолдерів до цієї діяльності є складним процесом через відсутність практики
Греція	Великий бізнес	Наявність тісного зв'язку між репутацією бренду, фінансовими показниками й розміром загальних активів та соціально відповідальними діями компаній в екологічному та соціальному напрямках

Джерело: складено автором на основі [164; 176; 177; 181; 187; 199; 232; 247; 249; 261; 267; 268; 273; 275; 287; 291; 304]

Перехід на концепцію сталого розвитку в економічно розвиненому світі, що відбувається останні десять років, став основою для докорінних змін парадигми функціонування ділового середовища – прагнення підприємців максимізувати прибутки за будь-яку ціну змінилося розумінням необхідності бізнесу докладати зусилля до розв'язання соціальних і екологічних проблем суспільства та вже на

цьому підґрунті отримати можливість формування власної конкурентної позиції на ринку. Звичайно, що в основі прискорення у часі такої трансформації здебільшого лежало нормативне підкріплення і найбільшої його формалізації було досягнуто на рівні Європейського союзу (далі – ЄС). Дійсно, в країнах ЄС відбувався процес нормативного закріплення як процедур стимулювання соціальної відповідальності європейських компаній, так і вимог до оприлюднення інформації, що демонструє конкретні прояви соціально відповідальної поведінки у контексті сталого розвитку представників ділового середовища кожної з країн, що входять до складу ЄС. Так, у жовтні 2014 р. Європейським Парламентом та Радою ЄС було прийнято Директиву 2014/95/ЄС про розкриття нефінансової інформації та інформації про різноманітність [201]. Основною метою такої законодавчої ініціативи стало прагнення врахувати багатовимірний характер проявів соціальної відповідальності та різноманітність політик її регулювання в діловому середовищі окремих країн, щоб на цьому підґрунті досягти порівнянності і достатньої інформативності всіх категорій стейкхолдерів. Після цього нормативний процес в ЄС не зупинився, а вимоги до звітування суб'єктів господарювання постійно посилювалися відповідними нормативними документами.

Назвемо три ключових документи, що сьогодні регулюють і регламентують дії суб'єктів господарювання ЄС щодо соціальної відповідальності. Першим документом є Директива 2022/2464 про корпоративну звітність щодо сталого розвитку Європейського Парламенту та Ради ЄС від грудня 2022 р., дія якої набула чинності у січні 2023 р. [200]. Другий документ, Стандарти Глобальної ініціативи звітності (Global Reporting Initiative – GRI), остання редакція яких була прийнята у жовтні 2021 р. і які набули чинності в січні 2023 р. [217]. Стандарти спрямовані на забезпечення тісної взаємодії між стандартами ЄС і світовими стандартами та дозволяють запобігти подвійній звітності компаній. Третій документ, Європейські стандарти звітності про сталий розвиток (the European Sustainability Reporting Standards – ESRS), Європейська Комісія прийняла у липні 2023 р. і вони вступили в силу в квітні 2024 р. [206]. Стандарти містять у собі

вимоги з трьох блоків питань – екологічних, соціальних і управлінських, та спрямовані на забезпечення інвесторів вичерпною інформацією щодо вкладу бізнесу, в який здійснюється інвестування, у досягнення Цілей сталого розвитку. Дія стандартів поширюється на всіх учасників ділового середовища та вони регламентують питання сталого розвитку, пов'язані з впливом бізнесу на економіку країни, суспільство та навколишнє середовище. При цьому кожна країна може на підставі нормативних документів ЄС здійснювати імплементацію та посилення проголошених вимог щодо соціальної відповідальності та нефінансової звітності у національних нормах законодавства задля гарантування корисності розкритої інформації. Докорінні зміни в національне законодавство було внесено Францією, яка ухвалила закон про обов'язкове нефінансове звітування, за невиконання норм якого підприємцям загрожує ув'язнення на термін до 5 років і штраф у розмірі 75 тис. євро [209]. Іспанія прийняла Закон №11/2018 про нефінансову звітність [242], який вважається одним з найбільш жорстких в ЄС за рівнем запроваджених в ньому вимог [173]. Серед іншого законом скасовано можливість для компаній не розкривати інформацію, навіть якщо її оприлюднення у вигляді нефінансового звіту може нанести серйозний збиток комерційному стану бізнесу. Означена практика дисциплінує як компанії, що розташовані на території ЄС, так і бізнес, що має походження з інших країн світу, проте тісно співпрацює з європейськими компаніями, що дозволяє досягти суттєвого синергетичного ефекту. Разом з тим, не зважаючи на наявність потужної і навіть жорсткої нормативної бази ЄС, дані проведених досліджень, представлені в таблиці, свідчать про те, що на місцях існують певні непорозуміння, помилки та невірні трактування, що іноді суттєво скорочує потенційний рівень ефекту від тих чи інших заходів соціальної відповідальності.

В інших економічно розвинених країнах світу, навіть за відсутності законодавчо встановлених вимог щодо обов'язковості здійснення заходів з соціальної відповідальності та оприлюднення за їх результатами нефінансових звітів, представники ділового середовища добровільно беруть на себе відповідальність за соціальні та екологічні ризики, які несе їх виробничо-

господарська діяльність регіону, реалізують проекти мінімізації наслідків нищівної діяльності людини минулих поколінь на навколишнє середовище. При цьому спостерігаються особливості територіальної реалізації функції соціальної відповідальності бізнесу, що деякі науковці розглядають у вигляді тієї чи іншої моделі соціальної відповідальності бізнесу (американська, європейська, азійська) [106; 236]. Демократичність підходу до реалізації принципів соціальної відповідальності американським бізнесом виражається у вільному виборі тих напрямів допомоги, які підприємство може і хоче реалізувати в межах власної політики соціальної відповідальності, при тому, що основна увага прикута до внутрішньої її складової (персоналу). При цьому спостерігаються суттєві галузеві розбіжності між обраними напрямками реалізації американським бізнесом власних програм соціальної відповідальності та зміна пріоритетів при виборі виду допомоги, що надає підприємство суспільству в якості інвестування, благодійності чи волонтерства в часовому вимірі. Якщо основним орієнтиром при виборі бізнесом напрямів реалізації соціальної відповідальності береться виключно відповідний контент засобів масової інформації, то є висока ймовірність не отримати очікуваного економічного ефекту від цих заходів.

Дослідження практик реалізації соціальної відповідальності бізнесу на прикладі Австралії, Великобританії та Тайваню доводять наявність тісного зв'язку між тими заходами, які компанії цих країн здійснюють для реалізації власної соціально відповідальної поведінки та тими позитивними ціннісними економічними перевагами, які бізнес отримує від таких дій. Разом з тим, посилення уваги до таких впливових аспектів, як управління талантами, розробка та впровадження інноваційних технологій, особливо в соціальній сфері, посилення внутрішньої мотивації та спосіб донесення інформації до стейкхолдерів дозволить підвищити результативність реалізації проєктів соціальної відповідальності бізнесу та наблизити на цьому підґрунті досягнення Цілей сталого розвитку в окремому регіоні, країні та світі в цілому.

Практики реалізації соціальної відповідальності бізнесу в окремих галузях в країнах Європи, що розвиваються, представлено в табл. 1.9.

**Практики реалізації соціальної відповідальності бізнесу в окремих галузях
в країнах Європи, що розвиваються**

Країна	Сектор економіки, на прикладі якого наводиться застосування практик реалізації соціальної відповідальності бізнесу	Висновки, зроблені науковцями на основі досліджень провідних практик реалізації соціальної відповідальності бізнесу в країні
Польща	Великий та середній бізнес	Деякі менеджери, особливо ті, що мають досвід співпраці з зарубіжними компаніями, бачать сталість як можливість і готові взяти на себе відповідальність за вирішення соціальних та екологічних проблем. Існує термінова необхідність створення власної моделі сталого підприємництва
Туреччина	Промисловість	Екологічна бізнес-етика та екологічні фінанси мають значний вплив на соціальну відповідальність і ефективність бізнесу, а соціальна відповідальність формує сталу ефективність
Болгарія	Хімічний сектор промисловості	Поєднання цифрових технологій, етичних принципів і стратегій сталого розвитку надає бізнесу можливість адаптуватися до поточних викликів, розробляючи інноваційні бізнес-моделі, відповідати нормативним вимогам, створювати додану вартість, конкурентні переваги та довгострокову стійкість
Республіка Сербія	Великий бізнес	Існує позитивний і сильний зв'язок між соціальною відповідальністю й задоволеністю клієнтів і позитивний, але незначущий – між соціальною відповідальністю і фінансовими показниками

Джерело: складено автором на основі [170; 171; 192; 203]

Україна за рівнем економічного розвитку відноситься до країн Європи, що розвиваються (і за рівнем ВВП на душу населення у таблиці мала б займати місце нижче Республіки Сербія), і тому вивчення досвіду країн цієї групи щодо поширення практики соціальної відповідальності має стати мотивуючим важелем для українського бізнесу. Дослідження показали, що наразі в країнах групи лише формується власна модель соціальної відповідальності бізнесу (і тому не завжди є очевидним зв'язок між заходами соціальної відповідальності та фінансовими показниками функціонування бізнесу), і в її основу покладено високий рівень обізнаності та мотивації менеджерів вищого рівня щодо реалізації проєктів соціальної відповідальності різного спрямування. Особлива увага у цих процесах має також бути приділеною інноваційним рішенням та цифровізації.

Практики реалізації соціальної відповідальності бізнесу в окремих галузях в країнах Азії, що розвиваються, представлено в табл. 1.10.

Таблиця 1.10

**Практики реалізації соціальної відповідальності бізнесу в окремих галузях
в країнах Азії, що розвиваються**

Країна	Сектор економіки, на прикладі якого наводиться застосування практик реалізації соціальної відповідальності бізнесу	Висновки, зроблені науковцями на основі досліджень провідних практик реалізації соціальної відповідальності бізнесу в країні
1	2	3
Китай	Сектори, що суттєво забруднюють навколишнє середовище	Економічна ефективність (прибуток) не має істотного впливу на показники соціальної відповідальності, тоді як соціальний вимір (люди), екологічна продуктивність та інноваційний розвиток (НДДКР) мають значний позитивний вплив на модель циркулярної економіки та соціальну відповідальність
	Багатонаціональні підприємства в енергетиці і виробничих секторах	Енергоменеджмент, управління відходами, екологічні закупівлі, оприлюднення даних про відходи, програми інформування про зелене навколишнє середовище, зменшення викидів вуглецю, управління зеленими даними та екологічні стратегії мають позитивний зв'язок з фінансовою ефективністю, що модерується соціальною відповідальністю бізнесу
	Індустрія нових енергетичних транспортних засобів	Соціальна відповідальність стає головною проблемою для інвесторів і споживачів, що спонукає компанії виділяти більше ресурсів на залучення громади для врегулювання конфліктів і підвищення ефективності бізнесу. Ефект від заходів (покращення корпоративної репутації, зменшення фінансових обмежень, зростання корпоративної вартості) відстрочений у часі
	Компанії, що добровільно публікують нефінансові звіти	Фірми, які переживають політичні зміни, більш схильні добровільно видавати звіти про соціальну відповідальність. Підприємства, які не є державними, не пов'язані з політикою, а також фірми, розташовані в районах з низьким рівнем ефективності уряду, частіше публікують нефінансові звіти
Малайзія	Компанії, зареєстровані на біржі Малайзії	Кампанії зобов'язані включати дані про сталий розвиток та соціальну відповідальність у річний звіт, проте виконання цього розпорядження ще не є стовідсотковим. Цінності сталості мають стати орієнтиром для всіх стейкхолдерів
Індонезія	Текстильна промисловість	Відповідно до Закону 2007 р. підприємства мають обов'язково оприлюднювати інформацію про соціальну відповідальність. Компанії більше зосереджені на розвитку громади, приділяючи мало уваги екології та сталому розвитку загалом
	Енергетичний сектор	Відмінності у спрямованості соціальної відповідальності бізнесу – найменша увага приділяється відповідальності за продукт та розвитку громади, найбільша – екологічним питанням та добробуту працівників

Продовження табл. 1.10

1	2	3
	Підприємства державного сектору	Існує суттєвий зв'язок між соціальною відповідальністю по відношенню до працівників, ефективністю управління ризиками, ефективністю та показниками корпоративної стійкості
В'єтнам	Машинобудування, оборонна промисловість	Прийнята в компанії модель соціальної відповідальності бізнесу формує екологічну свідомість працівників та їх відданість компанії, впливає на екологічні дії та стійкість
	Підприємства державного сектору	Існує тісний зв'язок між корпоративним управлінням і сталим розвитком, що доведено на основі аналізу різних аспектів управління бізнесом
Індія	Малий та середній бізнес	Нефінансові звіти та витрати певної суми в межах соціальної відповідальності являються обов'язковими для компаній з 2014 р. Зросла поінформованість про політику соціальної відповідальності та обсяги коштів, що спрямовуються на її реалізацію. Суттєва увага приділяється чотирьом сферам: освіта; охорона здоров'я; боротьба з голодом та з бідністю
	Державний сектор	Національні рекомендації уряду 2018 р. щодо інклюзивного зростання та справедливого розвитку, вирішення проблем навколишнього середовища та реагування на інтереси стейкхолдерів є свідченням відповідальності бізнесу
	Мікро, малий, та середній бізнес	Соціальна відповідальність значно сприяє сталому розвитку, формуючи зелену підприємницьку орієнтацію. Важливо розробляти ефективні стратегії соціальної відповідальності, поєднані з інноваційністю та Цілями сталого розвитку
Бангладеш	Фармацевтичний сектор	Соціальна відповідальність бізнесу, зосереджена на клієнтах, співробітниках і громаді, значним чином впливає на інвестиційну ефективність та збільшує число стейкхолдерів. Позитивна репутація бізнесу підсилює ці процеси
	Сектор швейної промисловості	Керівництво фабрик відчуває тиск, щоб покращити безпеку на виробництві, проте світові швейні компанії не поділяють цих витрат. В результаті фабрики протидіють тим заходам соціальної відповідальності, які запроваджують світові компанії
М'янма	Багатонаціональні підприємства	Багатонаціональні підприємства вирішують проблеми громади через філантропію, не пов'язану з їхнім основним бізнесом, у деяких випадках соціальна відповідальність пов'язана з їх основними можливостями. Підприємства застосовують обмежену кількість заходів соціальної відповідальності, створюють позитивні, а не зменшують негативні зовнішні ефекти
Непал	Малий та середній бізнес	Прийнято закон про обов'язкові витрати на соціальну відповідальність. Розуміння підприємцями соціальної відповідальності в основному визначається поняттями корпоративної філантропії, підходу до стейкхолдерів та політикою

Джерело: складено автором на основі [165; 175; 189; 207; 210; 228; 241; 243; 244; 259; 262; 270; 274; 302; 305; 312; 316]

Дослідження науковців повністю підтверджують висновки щодо особливостей азіатської моделі соціальної відповідальності, що стосуються

акценту на людських стосунках, розвитку громади й культивуванні спільних цінностей, інноваційності підходів до розв'язання проблем та довгостроковому сталому характеру будь-яких відносин, що будуються зі стейкхолдерами [106]. Чим більш економічно розвиненою є країна, тим більшою мірою потреба у здійсненні заходів соціальної відповідальності йде зсередини і лише підкріплюється нормативними вимогами ззовні, за умови їх наявності. А це дозволяє отримати більшу віддачу, що може проявлятися як в матеріальній, так і не в матеріальній формах. При цьому слід відмітити, що здебільшого компанії цієї групи країн при формуванні політики соціальної відповідальності фокусуються на обмеженій кількості напрямів і вони варіюються залежно від галузевої ознаки.

Практики реалізації соціальної відповідальності бізнесу в окремих галузях в країнах Латинської Америки та Карибського басейну, представлено в табл. 1.11.

Таблиця 1.11

Практики реалізації соціальної відповідальності бізнесу в окремих галузях в країнах Латинської Америки та Карибського басейну

Країна	Сектор економіки, на прикладі якого наводиться застосування практик реалізації соціальної відповідальності бізнесу	Висновки, зроблені науковцями на основі досліджень провідних практик реалізації соціальної відповідальності бізнесу в країні
Бразилія	Сектор виробництва керамічної плитки	Компанії працюють на основі комплаєнсу, демонструючи менш проактивну позицію в соціальній відповідальності та спрямовані на зниження витрат і ризиків, підвищення репутації. Екологічні аспекти (зменшення використання матеріалів і вдосконалення упаковки) є домінуючими через законодавство
	Бізнес, який демонструє соціально відповідальну поведінку	Провідні компанії мають значний обсяг інвестицій в соціально-екологічну сферу та представляють своє бачення корпоративної поведінки
Колумбія	Малий та середній бізнес	Практики соціальної відповідальності та сталого розвитку мають сприятливі наслідки для фінансових результатів (прибуток, рентабельність власного капіталу та активів)
Перу	Нафтова промисловість	Щоб досягти соціального впливу, компанії надають пріоритет громаді, екологічній відповідальності, залученню стейкхолдерів. Проте деякі підприємства, які борються з будь-яким із цих аспектів, повністю або частково ігнорують соціальний вплив

Джерело: складено автором на основі [188; 195; 250; 281]

Провідні компанії країн даної групи активно реалізують програми соціальної відповідальності різної спрямованості, що дозволяє досягти помітних розмірів фінансової віддачі. Сприяють такому стану речей організація діяльності на основі комплаєнсу та інвестування значних обсягів коштів у вирішення проблем соціального та екологічного характеру регіону та країни в цілому. На законодавчому рівні в країнах існує нормативне регулювання екологічних аспектів діяльності підприємств виробничого сектору задля мінімізації негативних впливів, які ці виробництва несуть навколишньому середовищу.

Практики реалізації соціальної відповідальності бізнесу в окремих галузях в країнах Близького Сходу і Центральної Азії, представлено в табл. 1.12.

Таблиця 1.12

**Практики реалізації соціальної відповідальності бізнесу в окремих галузях
в країнах Близького Сходу і Центральної Азії**

Країна	Сектор економіки, на прикладі якого наводиться застосування практик реалізації соціальної відповідальності бізнесу	Висновки, зроблені науковцями на основі досліджень провідних практик реалізації соціальної відповідальності бізнесу в країні
1	2	3
Об'єднані Арабські Емірати	Публічний сектор	Здебільшого компанії використовують обов'язкові звіти про сталий розвиток як інструмент легітимності поверхнево інтегруючи Цілі сталого розвитку в діяльність. Однак з 2021 р. почалася тенденція запровадження компаніями суттєвих організаційних структурних змін в операції та звітність
Бахрейн	Компанії, які котируються на Бахрейнській біржі	Існує сильний зв'язок між фінансовим важелем (коефіцієнт заборгованості, співвідношення боргу до власного капіталу, коефіцієнт покриття відсотків) і соціальною діяльністю
Саудівська Аравія	Компанії, зареєстровані на Саудівській фондовій біржі Tadawul	Більш високий рівень розкриття інформації про соціальну відповідальність позитивно впливає на ефективність інвестицій. Фірми з вищою інституційною, сімейною чи іноземною власністю демонструють більш ефективну інвестиційну практику
Республіка Казахстан	Промисловий сектор	Створення більш стійкої та соціально відповідальної промисловості, покращення ділової репутації компаній та залучення інвестицій сприяє довгостроковому зростанню та сталому розвитку економіки країни
	Великий бізнес	Модель корпоративної соціальної відповідальності в країні ще розвивається, поєднуючи державне регулювання та взаємодію бізнесу. Існує необхідність у посиленні соціальної відповідальності бізнесу

Продовження табл. 1.12

1	2	3
Грузія	Банківський сектор	Банки вкладають значні кошти в програми соціальної відповідальності і сталого розвитку, щоб продемонструвати свою соціальну та екологічну орієнтацію. Особлива увага приділяється освітнім, благодійним та екологічним проєктам. Однак стратегічній комунікації не вистачає довгостроковості
Єгипет	Сектор виробництва автомобільних акумуляторів	Соціально відповідальне управління людськими ресурсами суттєво впливає на економічну стійкість та сталий розвиток. Гостра нехватка відповідального керівництва в державному та приватному секторах. Надто багато зусиль докладається до факторів соціальної відповідальності, які менш результативні
Марокко	Малий та середній бізнес	Підприємницька орієнтація та фінансова грамотність мають позитивний і значний вплив на стале підприємництво. Необхідність у створенні сприятливого фінансового середовища

Джерело: складено автором на основі [172; 178; 180; 205; 216; 283; 299; 318]

Всі продемонстровані практики ведення бізнесу в країнах виокремленої групи мають той чи інший рівень соціальної відповідальності, прагнучі на цьому підґрунті досягти тенденцій сталого розвитку та підвищити власну фінансову й економічну стійкість, набути репутаційних переваг. Більшість країн групи перебуває на етапі формування власної моделі соціальної відповідальності бізнесу і у цьому процесі спостерігаються такі закономірності та ознаки. Чим вищою є доля власності в бізнесі іноземних компаній, тим більшим чином суб'єкт господарювання є відкритим до реалізації проєктів соціальної відповідальності, здійснення благодійних програм розташування виробничих потужностей в регіоні. Реалізація проєктів соціальної відповідальності потребує суттєвих інвестиційних вкладень, розуміти і успішно доводити необхідність здійснення яких можуть лише менеджери з високою етичною та відповідальною позицією, здатні мотивувати персонал на реалізацію програм соціальної та екологічної спрямованості на постійній основі.

Практики реалізації соціальної відповідальності бізнесу в окремих галузях в країнах Африки на південь від Сахари, представлено в табл. 1.13.

Крім Нігерії, всі представлені країни групи мають нижче за Україну значення показника обсягу ВВП у розрахунку на душу населення і при цьому бізнес різних галузей, який функціонує в країнах групи активно реалізовує програми соціально

відповідальності, досягаючи помітних соціальних і фінансово-економічних результатів. Така позиція бізнесу країн групи має стати орієнтиром та прикладом для наслідування українськими представниками ділового середовища.

Таблиця 1.13

**Практики реалізації соціальної відповідальності бізнесу в окремих галузях
в країнах Африки на південь від Сахари**

Країна	Сектор економіки, на прикладі якого наводиться застосування практик реалізації соціальної відповідальності бізнесу	Висновки, зроблені науковцями на основі досліджень провідних практик реалізації соціальної відповідальності бізнесу в країні
Нігерія	Банківський сектор	Операції сталого управління ланцюгом поставок значно впливають на ринкову вартість і прибутковість банків. Інтеграція стратегій сталого управління ланцюгом поставок для стійкого навколишнього середовища допомагає бізнесу подолати інформаційну асиметрію між різними стейкхолдерами
	Малий та середній бізнес	Впровадження принципів соціальної відповідальності тісно пов'язане з морально-етичними переконаннями, цінностями та релігійною орієнтацією підприємців, а також закріпленістю МСП у місцевій соціально-економічній сфері. Існують також і гендерні відмінності
Ангола	Малий та середній бізнес	Менеджери відіграють ключову роль у просуванні культури етики, соціальних і екологічних інновацій та успішних змін в конкуренції. Проте відсутня ініціатива від уряду та регуляторних органів щодо розвитку соціальної відповідальності
Гана	Транснаціональні компанії у нафтовому та газовому секторах	Існує значний оптимізм у громадах щодо трансформаційного потенціалу соціальної відповідальності ТНК, коли вони активно сприяють розвитку інфраструктури та створенню можливостей для якісного життя населення. Проте є незадоволені через те, що заходи соціальної відповідальності не забезпечують їхні потреби
	Гірничодобувний сектор	Встановлено відсутність зв'язку між партнерством і соціальною відповідальністю за наявності зв'язку між волонтерськими програмами та соціальною відповідальністю
Зімбабве	Телекомунікаційний сектор	Сектор є прибутковим, проте позбавив посередників деякі галузі, створюючи загрозу масового безробіття. Щоб пом'якшити загрози компанії мають інвестувати в соціальну відповідальність (навчання громадян, інфраструктура кібербезпеки, відповідальне використання кіберпростору)
Ефіопія	Сектор комерційних банків	Практика соціальної відповідальності позитивно впливає на конкурентні переваги та робить внесок у благо суспільства. Банки мають постійно впроваджувати інновації та адаптувати стратегії соціальної відповідальності, щоб відповідати мінливим потребам суспільства та досягти сталої ефективності

Джерело: складено автором на основі [190; 246; 256; 265; 268; 292; 303]

При реалізації програм соціальної відповідальності бізнесом, що функціонує в країнах Африки на південь від Сахари, суттєвий акцент робиться на таких аспектах, як релігія, морально-етичні та ціннісні орієнтації, гендер. Водночас, існують і суттєві бар'єри, що заважають швидкому поширенню практики соціальної відповідальності серед місцевого бізнесу, до яких слід віднести: рівень економічного розвитку країни; відсутність державного регулювання і стимулювання соціальної відповідальності бізнесу; незадовільний рівень підтримки і затребуваності програм соціальної відповідальності в суспільстві через відсутність роз'яснювальних, просвітницьких та освітніх програм для населення, проєктів активного залучення місцевого населення в якості основного стейкхолдера тощо. Скорочення негативного впливу перелічених бар'єрів можливо буде досягти не окремими точковими програмами і проєктами, а здійсненням заходів широким фронтом – від інвестування у відкриття перспективних видів бізнесу, здатного максимально залучити місцеве населення і до дієвої законодавчої підтримки підприємців у їх прагненні реалізувати проєкти соціального та екологічного характеру в межах соціальної відповідальності.

Практики реалізації соціальної відповідальності бізнесу в окремих галузях в регіонах світу або об'єднаннях країн, представлено в табл. 1.14.

Проведене дослідження актуальних на сьогодні практик реалізації соціальної відповідальності бізнесу в країнах з різним рівнем економічного розвитку дозволило дійти узагальненого висновку – незалежно від того, наскільки розвиненою є економіка в регіоні і країні та наскільки жорсткими (або взагалі відсутніми) є нормативні важелі впливу на суб'єктів господарювання щодо здійснення ними функції соціальної відповідальності, на практиці спостерігаються як соціально відповідальні, так і безвідповідальні з соціальної точки зору роботодавці і товаровиробники. Тобто, іншими словами, в основі соціальної відповідальності бізнесу лежить не стільки законодавче спонукання («батогом» та/або «пряником») і не широкі ресурсні можливості, необхідні для здійснення доброчинної та волонтерської діяльності, скільки соціально відповідальні переконання, високі моральні цінності та потужна внутрішня

мотивація власників і вищого менеджменту компанії до усвідомленого ведення бізнесу, зорієнтованого на інтереси суспільства, екології та етичних норм. Саме внутрішня установка на чесність, сталий розвиток та соціальну справедливість спонукає підприємців не лише виконувати мінімальні законодавчі вимоги щодо соціальної відповідальності, а й прагнути до власного позитивного впливу на суспільство. Такий підхід сприяє формуванню довіри серед споживачів, партнерів і співробітників, що, у свою чергу, підсилює репутацію бізнесу на ринку та забезпечує його довгострокову успішність.

Таблиця 1.14

**Практики реалізації соціальної відповідальності бізнесу в окремих галузях
в регіонах світу**

Регіон або об'єднання країн	Сектор економіки, на прикладі якого наводиться застосування практик реалізації соціальної відповідальності бізнесу	Висновки, зроблені науковцями на основі досліджень провідних практик реалізації соціальної відповідальності бізнесу в країні
Європейський Союз	Агропродовольчий сектор	Низький рівень розкриття нефінансової інформації не зважаючи на наявність законодавчих директив. Існує потреба у законодавчій розробці правил, які б гарантували корисність розкритої інформації і більше залучали компанії до підготовки нефінансових звітів
	Бізнес, що функціонує в країнах ЄС	ЄС розглядає політику відповідального ведення бізнесу та соціальну відповідальність як важливий інструмент досягнення Цілей сталого розвитку. Відповідальна бізнес-поведінка заохочується та підтримується інструментами торгової та інвестиційної політики ЄС
Країни Центральної Європи	Публічний сектор	Показники соціальної відповідальності бізнесу мають позитивний зв'язок з рівнем корпоративних прибутків у всіх економічних секторах. Існують статистично значущі відмінності у розвитку концепції соціальної відповідальності бізнесу у різних секторах, що є корисно для стейкхолдерів
Латинська Америка	Сектор промисловості	З 2018 по 2022 рр. в соціальній відповідальності переважав екологічний напрям, надалі спостерігалася тенденція до покращення якості нефінансових звітів, а сьогодні відбувається перехід на вибір сталих постачальників і безпеку на робочому місці для посилення практики сталого розвитку
Азія	Індустрія швидкої моди	Прояв екологічного та соціального аспектів соціальної відповідальності бізнесу через вміле поєднання кольорів, образів і ключових слів на офіційних сайтах з метою підвищення репутації та легітимності бренду

Джерело: складено автором на основі [173; 193; 227; 306; 319]

Зроблений висновок підтверджується і даними, наведеними в табл. 1.14. І саме цей висновок має стати основою для створення сприятливих умов для розвитку соціально відповідального руху підприємців в Україні. І жорстка війна, яка є сьогоднішнім українців, має стати не бар'єром, а стимулом для переходу суб'єктів господарювання на соціально відповідальні принципи ведення бізнесу, що стане умовою більш швидкого відновлення економіки країни в повоєнні часи. До того ж, якщо український бізнес стане соціально відповідальним, це відкриє йому широкі можливості для тісної співпраці з провідними європейськими компаніями, що збільшить потоки інвестицій в країну, так необхідних на відновлення економіки, майже знищеної за десять років війни.

Отже, Україні є на кого рівнятися і є куди рухатися, щоб відстояти свою національну ідентичність, відновити економіку, соціальну та екологічні сфери й поступово забезпечити реалізацію в країні Цілей сталого розвитку. Орієнтиром має стати той факт, що компанії в усьому світі за останні десять років інвестували приблизно 16,6 трлн дол. США в програми соціальної відповідальності екологічної спрямованості [169]. Натомість, за дослідженням, проведеним Центром «Розвиток КСВ», у 2018 р. лише 13,0% українських суб'єктів господарювання розробляли та оприлюднювали нефінансові звіти на власних офіційних сайтах, тоді як на світовому рівні значення цього показника перевищувало 78,0% [197]. Саме тому Україна потребує формування культури та власної моделі соціальної відповідальності, під час якого представники українського бізнесу мають керуватися певними принципами, що вироблені провідним світовим досвідом.

Для того, щоб пришвидшити процеси переходу українського бізнесу на соціально відповідальну поведінку, важливо, щоб вище керівництво суб'єктів господарювання чітко розуміло ті принципи, дотримання яких є основою перетворення виробничо-господарської діяльності суб'єкта господарювання на соціально відповідальний бізнес (рис. 1.6) [76].

У суспільстві має бути сформованою підтримка розвитку культури соціальної відповідальності бізнесу, цінуватися будь-які прояви соціально відповідальної

поведінки підприємців. Вибір суб'єктом господарювання соціальної орієнтації власної діяльності та конкретного напрямку соціально відповідальної поведінки, яку ним буде реалізовано на практиці, залежить від значного числа чинників стимулюючого або стримуючого характеру.

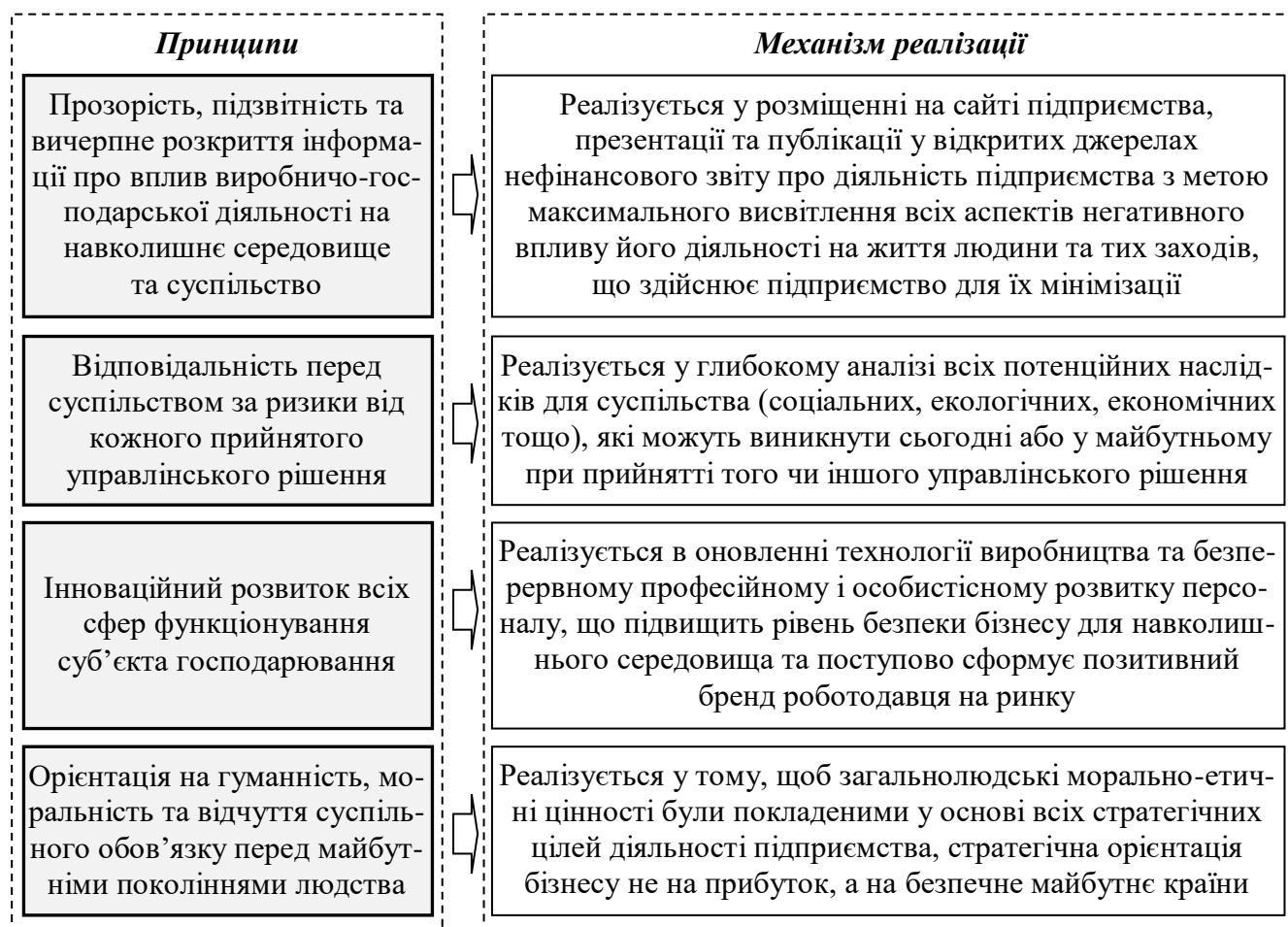


Рис. 1.6. Принципи соціальної відповідальності бізнесу, дотримання яких буде сприяти досягненню соціальних, екологічних та фінансово-економічних переваг всіма стейкхолдерами

Джерело: складено автором

До основних чинників стимулюючого характеру слід віднести економічну успішність процесів господарювання та прибутковість діяльності підприємства протягом доволі тривалого періоду часу, що дозволяє акумулювати вільні кошти та спрямовувати їх на розв'язання конкретних проблем соціального й екологічного характеру території розташування виробничих потужностей

підприємства; емпатія та відкрита позиція керівництва підприємства щодо розуміння необхідності участі у розв'язанні назрілих соціальних проблем території його розташування; технологічне лідерство, засноване на впровадженні у виробництво інноваційних технологій, що дозволяє суттєвим чином скоротити забруднюючі впливи на навколишнє середовище та зменшити витрати природних ресурсів, забезпечуючи їх циклічність та зворотність.

Чинниками, що стримують поширення принципів соціальної відповідальності серед суб'єктів господарювання є громадянська пасивність, необізнаність та не зацікавленість керівництва й топ-менеджменту підприємства у спрямуванні ресурсів на вирішення будь-яких соціальних та/або екологічних проблем, так як ці кошти, на їх думку, являються чистими незворотними витратами (втратами); скрутний фінансовий стан підприємства та відсутність реальних можливостей для здійснення будь-яких заходів у межах соціально відповідальної поведінки підприємця [73; 258].

Враховуючи той факт, що економіка України протягом всього періоду незалежності зазнавала різних негативних впливів, та додатково до цього у 2020-2021 рр. була скованою через запровадження жорстких карантинних обмежень в наслідок поширення гострої респіраторної хвороби COVID-19, а з 24 лютого 2022 р. взагалі перебуває у доволі критичному стані через військову агресію сусідньої країни, очікувати, що сукупність стимулюючих чинників для суб'єктів господарювання перевищить стримуючі чинники немає надії. За таких умов підвищити активність суб'єктів господарювання можливо виключно зовнішніми по відношенню до підприємства інструментами, у основу яких мають бути покладені конкретні фінансові переваги або вигоди для нього. До складу означених інструментів можуть бути віднесені такі перевірені в зарубіжній практиці заходи, як податкові пільги, які надаються підприємству за дотримання екологічних й ресурсозберігаючих норм, за запровадження ним інноваційних технологій, спрямованих на скорочення негативного впливу його діяльності на навколишнє середовище та за інвестування у людський капітал й соціальний розвиток території розташування підприємства. Дієвими мають також стати

заходи місцевої влади, спрямовані на сприяння залученню додаткових інвестицій на інноваційний розвиток підприємств та докладання зусиль в позиціюванні місцевого успішного соціально відповідального бізнесу на регіональному, національному та міжнародному рівнях.

У процесі написання першого розділу було використано джерела: [2-6; 8; 9; 11; 13; 17; 19; 36; 37; 39; 45; 48; 49; 52; 53-57; 59; 61; 64; 66; 83; 85; 87; 90; 91; 96; 97; 99; 100; 106-108; 112; 113; 120; 121; 123; 124; 150; 154; 155; 158; 160; 164-166; 168-178; 180; 181; 183-195; 197-201; 203-207; 209-211; 213-217; 222-225; 227-233; 236; 241-244; 246; 247; 249; 250; 252; 254-256; 259-276; 279-285; 287-292; 295-307; 309; 312; 316; 318; 319].

Основні положення розділу, результати дослідження і висновки опубліковано у наукових працях автора [69-73; 76; 78; 79; 81; 257; 258].

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ ТА ПІДГРУНТЯ ДЛЯ ПОШИРЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

2.1. Соціальна відповідальність бізнесу як важіль подолання соціально-економічних наслідків кризових явищ різного характеру

В 2020 р. через швидке поширення територією світу гострої респіраторної хвороби COVID-19 людство відчуло проблему незахищеності та крихкості життя, відсутності стабільності та впевненості у майбутньому в усіх сферах своєї життєдіяльності, значної залежності добробуту людини від зовнішніх чинників. При цьому сприйняття ситуації загострювалося ще й через чітке розуміння того факту, що сама людина конструктивно вплинути на наявний стан справ ніяким чином не може. Звісно держава здійснює захисну функцію і гарантує виконання всіх прав і свобод людини, закріплених в Конституції країни, проте цей захист й допомога існують апріорі та носять скоріше глобальний та юридичний, ніж практичний характер і через це реалізація цієї функції майже не відчувається людиною в її повсякденному житті. За цих умов виконання принципів соціальної відповідальності бізнесу та досягнення Цілей сталого розвитку покладається безпосередньо на тих суб'єктів господарювання, на базі яких людина працює або в територіальній близькості до яких проживає. У такій ситуації саме бізнес має стати тим захисним «щитом», який дозволить людині поступово відчувати себе захищеною від агресивного впливу зовнішнього середовища і на цьому підґрунті досягти максимізації продуктивної віддачі праці та підвищення якості власного життя. Реалізувати на практиці цю тезу можливо на основі активізації процесів соціальної відповідальності бізнесу на рівні регіонів та країни в цілому.

Актуальність обраної тематики підтверджується тим, що дослідженням цього аспекту соціальної відповідальності бізнесу сьогодні зайнято достатнє число науковців світу, про що свідчить досить потужний блок опублікованих лише за першу половину 2023 р. наукових праць у виданнях, що входять до

наукометричної бази Scopus. Так, Х.А. Агуадо-Ернандес (J.A. Aguado-Hernández), Х.А.Р. дель Піно (J.A.R. del Pino) та М.А.А. Лопес (M.Á.A. López) на конкретних прикладах доводять, що лише широкомасштабний прояв соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання дозволив у самі критичні роки пандемії COVID-19 мінімізувати ймовірність настання найбільш травмуючих її наслідків як для конкретної країни, так і для людства в цілому [167]. Автори також констатують ту важливу роль, яку соціально відповідальні компанії відіграють у боротьбі з наслідками пандемії. С. Турчина, К. Турчина, Л. Дашутіна та Л. Баценко, за результатами проведеного ними аналізу діяльності малих, середніх та великих компаній світу, стверджують, що соціально відповідальні суб'єкти господарювання продемонстрували більш легкий та швидкий процес адаптації до тих змін, що вимушено та неочікувано відбулися в країнах через пандемію COVID-19 [293]. Г. Мадаан (G. Madaan), М. Каур (M. Kaur), К.Р. Гоуда (K.R. Gowda), Р. Гуджраті (R. Gujrati) та Х. Уйгун (H. Uygun) провели дослідження діяльності десяти індійських компаній на предмет виконання ними принципів корпоративної соціальної відповідальності та дійшли висновків, що, по-перше, великі за розміром компанії у діловому середовищі мають більше можливостей для реалізації соціально відповідальної поведінки й подолання наслідків пандемії COVID-19, а, по-друге, суб'єкти господарювання приватного сектору економіки більшою мірою використовують наявні можливості щодо побудови соціально відповідального бізнесу, що в обов'язковому порядку має стимулюватися на державному рівні [251]. Т. Фрезе, А. Корнєєв, Р. Крайнева, Т. Оруч, В. Кандалов та В. Стрілковський у своєму дослідженні стверджують, що не зважаючи на значні ризики та втрати, які принесла пандемія COVID-19 світу та кожній країні окремо, таке випробування надало суттєвого поштовху для переходу компаній на соціально відповідальний стиль управління, завдяки чому можливо забезпечити сталий економічний розвиток регіону та країні в цілому [212]. Отже, спираючись на доводи та висновки науковців, ми також будемо дотримуватися думки, що соціальна відповідальність бізнесу має стати тим стимулюючим важелем, який дозволить активізувати та запустити в економіці

країни процеси сталого розвитку й інноваційного зростання на ефективному соціально-екологічному фундаменті.

Соціально відповідальна поведінка бізнесу суттєвим чином впливає й навіть визначає рівень репутації компанії на ринку [63, с. 151]. Так, у 2020, 2021 та 2023 рр., за результатами щорічного дослідження у сфері корпоративної репутації Global RepTrak-100, міжнародним репутаційним лідером ставала всесвітньо відома компанія, яка є виробником конструкторів, The Lego Group (Данія) (табл. 2.1) [163; 218-221].

Таблиця 2.1

**ТОР-10 соціально відповідальних компаній світу за рейтингом
Global RepTrak-100 за 2020-2023 рр.**

Місце у рейтингу	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
1	The Lego Group	The Lego Group	Rolex	The Lego Group
2	The Walt Disney Company	Rolex	Ferrari	The Bosch Group
3	Rolex	Ferrari	The Lego Group	Rolls-Royce
4	Ferrari	The Bosch Group	Rolls-Royce	Harley-Davidson Inc.
5	Microsoft Corp.	Harley-Davidson Inc.	Mercedes-Benz	Canon Inc.
6	Levi's	Canon Inc.	Harley-Davidson Inc.	Rolex
7	Netflix	Adidas AG	The Bosch Group	Miele
8	Adidas AG	The Walt Disney Company	PayPal	Sony Group Corp.
9	The Bosch Group	Microsoft Corp.	Netflix	Nintendo
10	Intel	Sony Group Corp.	Intel	Mercedes-Benz

Джерело: складено автором на основі [218-221]

Даний рейтинг будується на порівняльних дослідженнях соціально відповідальної поведінки ста найбільш потужних компаній світу, що щорічно проводиться консалтинговою компанією The RepTrak Company. За три останні роки до п'ятірки лідерів також входили компанії Rolex (у 2022 р. компанія посіла перше місце у цьому рейтингу), Ferrari, The Bosch Group, Harley-Davidson Inc. та Mercedes-Benz. До десятки лідерів входили також компанії Canon Inc., Adidas AG, The Walt Disney Company, Microsoft Corp., Miele, Intel, Netflix та Sony Group Corp.

Кожна з перелічених компаній є світовим лідером у своїй сфері, дотримується принципів соціально відповідальної поведінки та реалізує велику кількість різнорідних проєктів, що мають соціальну й екологічну спрямованість. Звичайно, що за часів пандемії кожна з перелічених компаній доклала зусиль щодо зменшення негативного впливу COVID-19 на життя людства.

Соціально відповідальна стратегія компанії Lego пов'язана з наміром повного переходу на екологічний та циклічний тип виробництва. Щорічно компанія використовувала до 100 тис. т пластику для створення своєї продукції, який тепер замінять використаним пластиком, що скоротить навантаження на екологію планети, знизивши шкідливі викиди. До 2030 р. керівництво Lego планує налагодити виробництво з екологічно чистих матеріалів усіх своїх основних продуктів. Компанія збирається витратити 400 млн дол. США протягом трьох найближчих років, щоб запустити в продаж Lego із переробленого пластику. Крім того, Lego запускає такі екологічні ініціативи, як повторна переробка пластику, розроблення альтернативних матеріалів для виробів, перехід на відновлювальні джерела енергії (використання енергії вітру), поступова відмова від поліетиленової упаковки тощо [46]. При цьому компанія являється одним з найбільших приватних благодійників світу та останні три роки спрямовує багато зусиль на допомогу родинам з дітьми, щоб мінімізувати ризики, які приніс COVID-19. Так, компанія Lego взяла на себе зобов'язання перерахувати 150,0 млн дол. США на підтримку родин з дітьми, що постраждали від COVID-19. В межах цієї ініціативи у 2020 р. компанія спрямувала 50,0 млн дол. США на підтримку дітей, які цього більше потребували, в першу чергу, на освіту та охорону здоров'я, щоб забезпечити їх максимальний захист та мінімізувати негативні наслідки від COVID-19, а у 2021 р. – 70,0 млн дол. США до фонду UNICEF з метою справедливого розподілу вакцин від COVID-19 між представниками найбільш вразливих груп населення [294]. Така практика має стати прикладом для інших представників бізнесових кіл світу, у тому числі і українських суб'єктів господарювання.

Що ж стосується тенденцій розвитку українського ділового середовища протягом останніх років, то велика кількість негативних факторів непереборної

сили та ризиків, які разом з пандемією COVID-19 впливали на цей процес, суттєвим чином змінили конфігурацію бізнес-сфери країни. Протягом всього періоду незалежності України кризові явища різного характеру суттєвим чином тиснули на можливості створення, успішного функціонування та досягнення вітчизняними суб'єктами господарювання конкурентних позицій на регіональному, національному та світовому ринках. Разом з тим, функціонування суб'єктів господарювання тривалий час в таких важких та агресивних умовах загартувало тих представників бізнесу, які змогли за цей час утриматися на ринку. Проте нажаль за останні десять років відбулося три хвилі настільки потужного негативного зовнішнього впливу, які вдарили досить боляче по економіці країни та безпосередньо по функціонуванню її ділового середовища (рис. 2.1) [80]. Перша хвиля пов'язана з проявом російської агресії у 2014 р., коли відбулася анексія української АР Крим та окупація частини території Донецької та Луганської областей. Весь великий бізнес цих територій як мінімум на десять років став недоступним для економіки України, що суттєвим чином скоротило її промисловий потенціал. Так, економіка країни серед іншого втратила контроль над 115 вугільними шахтами, 30 підприємствами оборонної промисловості, 10,0% портової інфраструктури та 80,0% нафтогазових покладів [93].

У результаті таких віроломних дій сусідньої країни-агресора, за підрахунками представників владних органів, обсяг ВВП України в 2014 р. скоротився на 6,6%, а в 2015 р. – вже на 9,8% [93; 152]. Одночасно в соціально-економічній сфері країни відбулася ціла низка негативних явищ від вимушеного переселення населення та втрати частини промислового потенціалу і до зростання рівня безробіття, девальвації національної валюти та різкого скачка інфляції.

Друга хвиля кризових явищ відбулася на початку 2020 р., коли більше ніж на чотири роки в країні було оголошено карантин через пандемію від COVID-19 і введено відповідні карантинні обмеження. Такі вимушені заходи найбільшим чином вдарили по малому та середньому бізнесу країни, який на початку карантину здійснював свою діяльність у сфері послуг. За даними офіційної статистики обсяг ВВП у 2020 р. скоротився на 3,8% порівняно з попереднім

роком при його розрахунку у постійних цінах 2016 р. [88, с. 10].

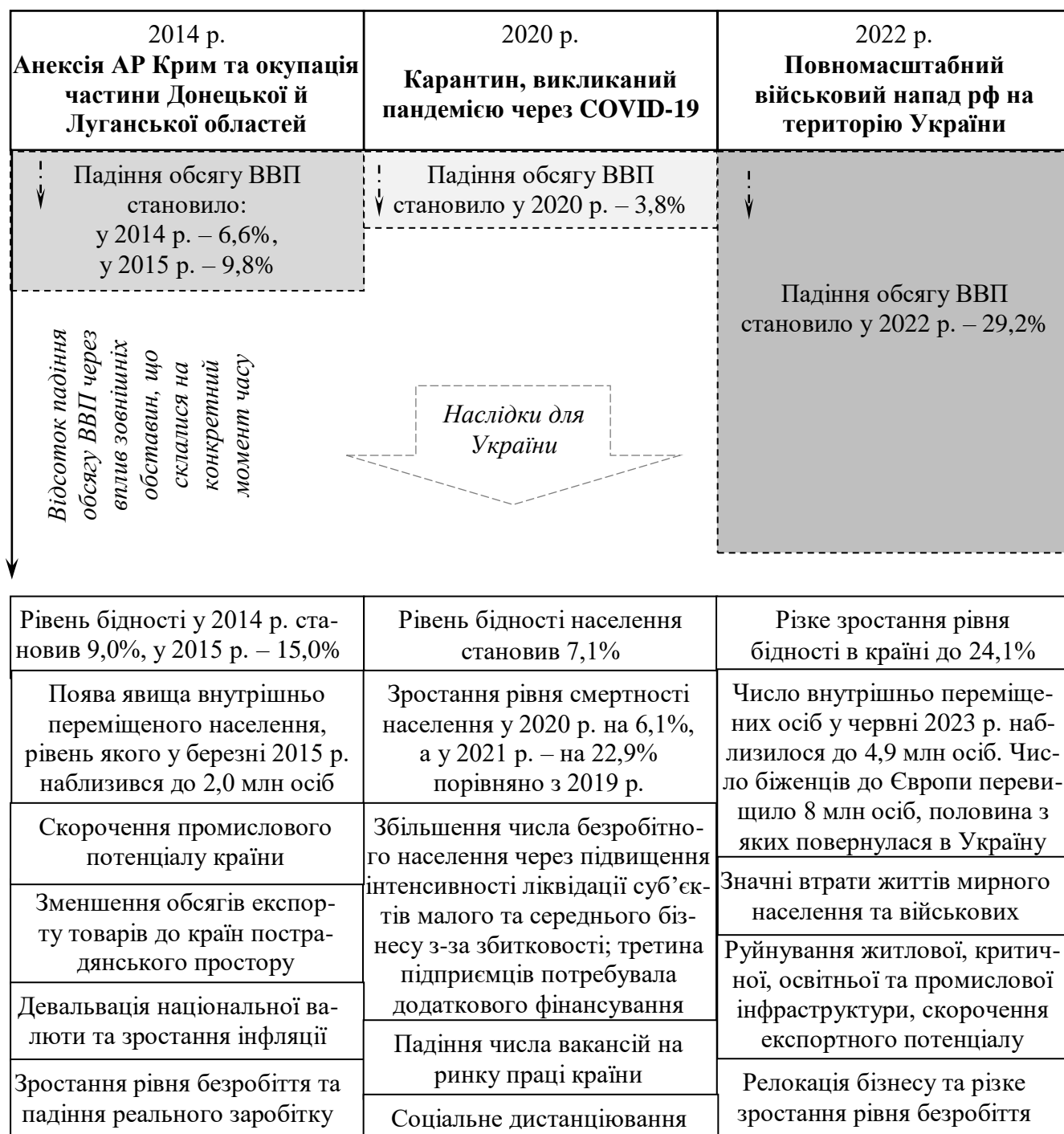


Рис. 2.1. Три хвилі потужного зовнішнього впливу останніх років та їх соціально-економічні наслідки для економіки України

Джерело: складено автором на основі [10; 14; 84; 105; 118; 152; 161]

Карантинні заходи в країні не призвели до зростання рівня бідності населення (показник, що за визначенням Світового банку характеризує питому

вагу населення країни, яке вимушено жити в бідності на суму менше ніж 6,85 (3,65 або 2,15) дол. США на людину на день залежно від рівня розвитку країни), так як він у 2020 р. залишився на рівні попереднього року і дорівнював 7,1%, а у 2021 р. ситуація навіть покращилася та значення показника бідності скоротилося до 5,5% [161].

Натомість в економіці країни спостерігався цілий ряд негативних проявів соціального та економічного характеру. Так, для країни, яка більше тридцяти років перебувала під впливом глибокої демографічної кризи, зростання рівня смертності населення, яке спостерігалось протягом карантинного періоду (у 2020 р. на – 6,1%, а у 2021 р. – на 22,9% порівняно з 2019 р.), стало дуже загрозливим фактором [152]. Одночасно, через запровадження жорстких норм соціального дистанціювання, що було зроблено владою з метою мінімізації ймовірності неконтрольованого інфікування значної чисельності населення України, відбулося скорочення доходів суб'єктів господарювання країни, що для малого та середнього бізнесу стало перевіркою на міцність та критерієм виживання на ринку. Нажаль не всі представники бізнесу країни успішно пройшли цю перевірку на практиці, що додатково посилює тенденції вивільнення зайнятого населення (рис. 2.2).

Так, за даними офіційної статистики в Україні, починаючи з 2016 р., після руйнівного скорочення кількості підприємств, викликаного першою хвилею кризи, почався процес поступового зростання числа діючих в країні підприємств з 306,4 тис. од. в 2016 р. до 380,6 тис. од. в 2019 р. або на 24,2% [101]. Паралельно за цей період число зайнятих працівників зросло з 5801,1 тис. осіб в 2016 р. до 6407,5 тис. осіб в 2019 р. або на 10,5%. Тобто в цей період спостерігався процес поступової адаптації ділового середовища регіонів країни до нових умов господарювання, що склалися в наслідок дії першої хвилі кризових явищ. Вплив другої хвилі кризи призвів до скорочення кількості діючих в Україні підприємств у 2020 р. до 373,8 тис. од. або на 1,8% порівняно з 2019 р., а в 2021 р. – до 370,8 тис. од. або на 2,6% порівняно з 2019 р. Чисельність зайнятих працівників в цей період також зазнала негативної тенденції – в 2020 р. значення показника

скоротилося до 6366,1 тис. осіб або на 0,6% порівняно з 2019 р., а в 2021 р. незначно зросло до 6391,7 тис. осіб, проте порівняно з 2019 р. значення показника скоротилося на 0,3%. Такі зміни посилили ті негативні тенденції, що через пандемію COVID-19 ослабили соціально-економічний стан регіонів країни.

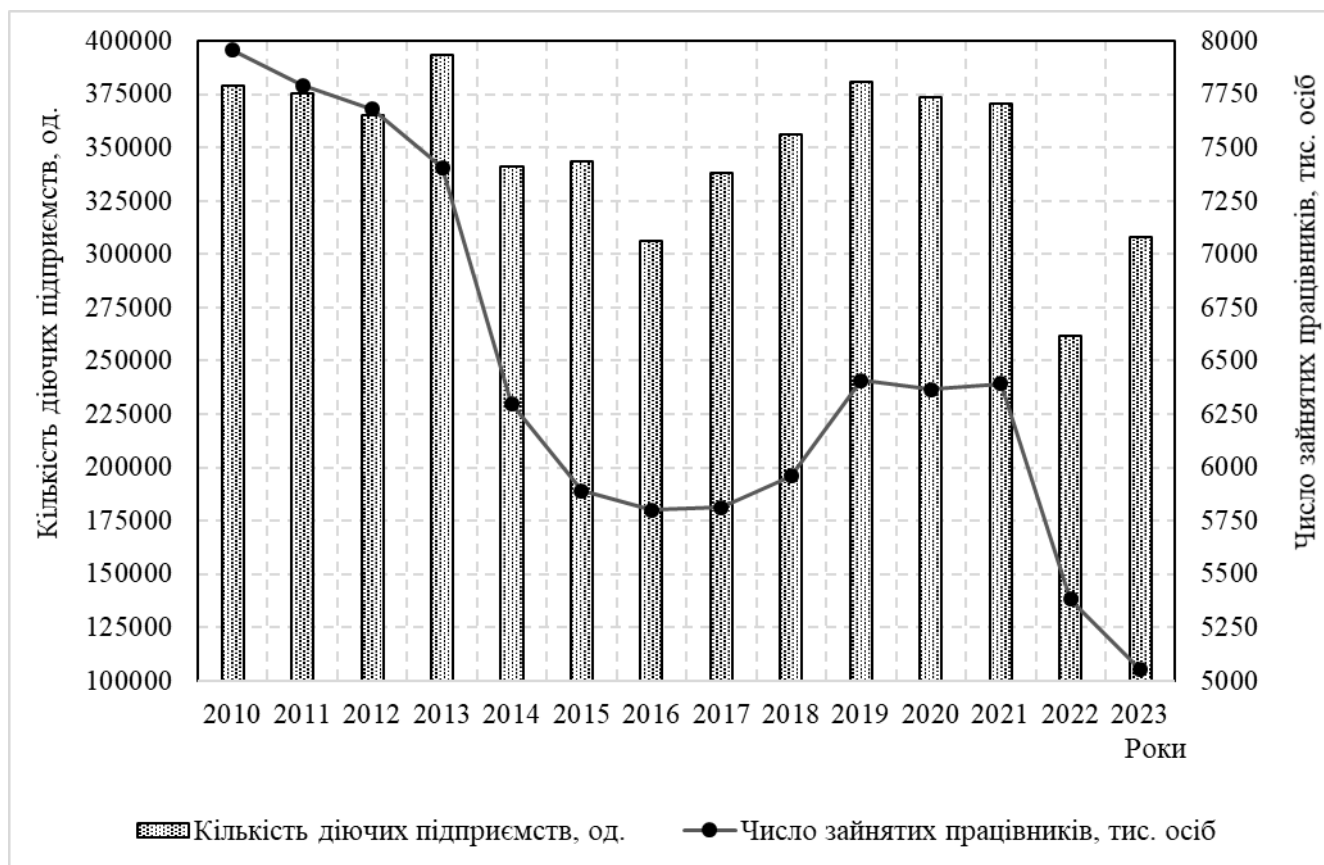


Рис. 2.2. Динаміка кількості підприємств та числа зайнятих на них в економіці України протягом 2010-2023 рр.

Джерело: складено автором на основі [50; 51; 101]

Третя хвиля кризових явищ стала найбільш руйнівною для економіки України за всі часи її незалежності, так як була викликана повномасштабним військовим нападом РФ одночасно зі своєї території, з території сусідньої Білорусі та з окупованих й анексованих у 2014 р. українських земель, який почався 24 лютого 2022 р. Протягом перших 365 днів війни за підрахунками фахівців ООН економіка України відчула прямих збитків на суму понад 135,0 та додаткових збитків на суму близько 290,0 млрд дол. США, переважна більшість яких пов'язана з руйнуваннями міської та критичної інфраструктури,

промислових і комунальних об'єктів прифронтових територій країни, мінуванням або забрудненням значних за розміром територій (у тому числі земель сільськогосподарського призначення), а саме таких областей, як Донецька, Харківська, Луганська, Запорізька, Херсонська, Миколаївська, Київська, Сумська та Чернігівська [308; 311, с. 18]. За підрахунками фахівців ООН, здійснених на середину 2024 р., тобто коли війна була ще в самому розпалі, на повоєнне відновлення економіки України потрібно буде витратити мінімально 486 млрд дол. США [310, с. 22]. Така ситуація призвела до різкого збільшення числа внутрішньо переміщених осіб та їх переїзду до більш безпечних регіонів країни, а саме до центральних і західних. Паралельно відбувався і масштабний виїзд жінок і дітей за межі країни задля набуття тимчасового захисту. За оцінками фахівців Інституту демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи Національної академії наук України на кінець квітня 2024 р. за межами України перебувало 6,5 млн українських воєнних мігрантів [43]. Водночас є надія, що певна частина біженців повернеться в Україну по закінченню війни. Хоча, за оптимістичними оцінками фахівців тієї ж науково-дослідної установи, сподіватися можливо лише на повернення не більше ніж 50,0% воєнних мігрантів, що підтверджується і вибірковими опитуваннями українських воєнних мігрантів, які зараз перебувають в Німеччині, Польщі та Чехії, проведеними фахівцями Київського міжнародного інституту соціології у травні 2024 р. [72; 264]. Найстрашніші ж й непоправні втрати пов'язані з щоденними смертями українців в тилу та на фронті. Все перелічене призвело до того, що обсяг робочої сили в Україні за два роки війни скоротився як мінімум на 27,0% порівняно з довоєнним рівнем 2021 р. [153, с. 23].

Через цілий комплекс негативних наслідків, викликаних війною, обсяг ВВП України в 2022 р. скоротився на 29,2%, хоча в 2023 р. відбулося зростання його значення на 5,3% [308; 310; 311, с. 18]. В цілому означені тенденції не могли не позначитися негативно на рівні та якості життя населення країни. Дійсно, в Україні відбулося різке зростання рівня бідності населення з 5,5% у 2021 р. до 24,1% у 2022 р. та майже до 29,0% у 2023 р. [62; 161; 308]. Отже, рівень бідності в

країні перевищив найвищі значення показника за останні сімнадцять років, а саме 26,4-26,6%, що були характерними для 2006-2007 рр. [161].

На державному рівні для того, щоб скоротити економічні втрати, нанесені війною, та стримати негативні тенденції в соціально-економічній сфері країни було впроваджено державну програму релокації бізнесу, розташованого на територіях, наближених або таких, що безпосередньо перебувають в зоні бойових дій, до більш безпечних областей України через їх віддаленість від лінії фронту. Програма релокації, за умови позитивного рішення фахівцями Міністерства економіки України на заявку власника бізнесу про переміщення, надає пакет державної підтримки, до якого входить: підбір нового місця для розташування підприємства; допомога з перевезенням на нове місце виробничих потужностей; сприяння в розселенні персоналу та пошуку за необхідності нових працівників серед місцевого населення; допомога у відновленні логістичних зв'язків, закупівлі сировини та пошуку ринків збуту продукту [109]. При розгляді заявок на переміщення перевага в черговості надається підприємствам, які мають особливе значення для функціонування оборонного комплексу, забезпечення життєдіяльності населення та підтримки економіки країни під час війни.

Протягом двох років повномасштабного вторгнення рф за програмою було релоковано понад 800 підприємств з Донецької, Луганської, Запорізької, Херсонської, Миколаївської, Чернігівської, Харківської та Київської областей (рис. 2.3). Основний напрям релокації бізнесу – до Львівської та Закарпатської областей України. Велике число підприємств, переважно з промисловим характером діяльності, було релоковано і до Дніпропетровської області, яка межує з областями, де ведуться активні бойові дії, проте підприємці робили такий вибір свідомо, керуючись факторами часу, витрат, близькістю до сировинної бази та споживачів, можливістю отримати досвід і підтримку від провідних промислових підприємств регіону розміщення [16].

На кінець 2023 р. число підприємств, виробничі потужності яких було переміщено в більш безпечні регіони країни наблизилося до 8 тис., при цьому більше 7 тис. з них здійснили процедуру переміщення власними силами без

додаткової допомоги держави [60]. Звичайно, що за умов війни бідь-який працюючий бізнес є цінним для розвитку регіональної економіки, так як він забезпечує робочі місця, задовольняє потреби населення у товарах та послугах, здійснює податкові виплати та допомогу армії [314]. Прогнозується, що в повоєнний період релоковані підприємства будуть поверненими на «первинні локації та стануть драйверами відбудови економіки в громадах», які зазнали руйнувань через війну [109]. Водночас слід акцентувати увагу і на тому, що через неможливість фізичного переїзду великих та навіть середніх промислових підприємств масштаби позитивного результату від державної програми релокації бізнесу скоріш за все не будуть такими високими, як це очікувалося в суспільстві.

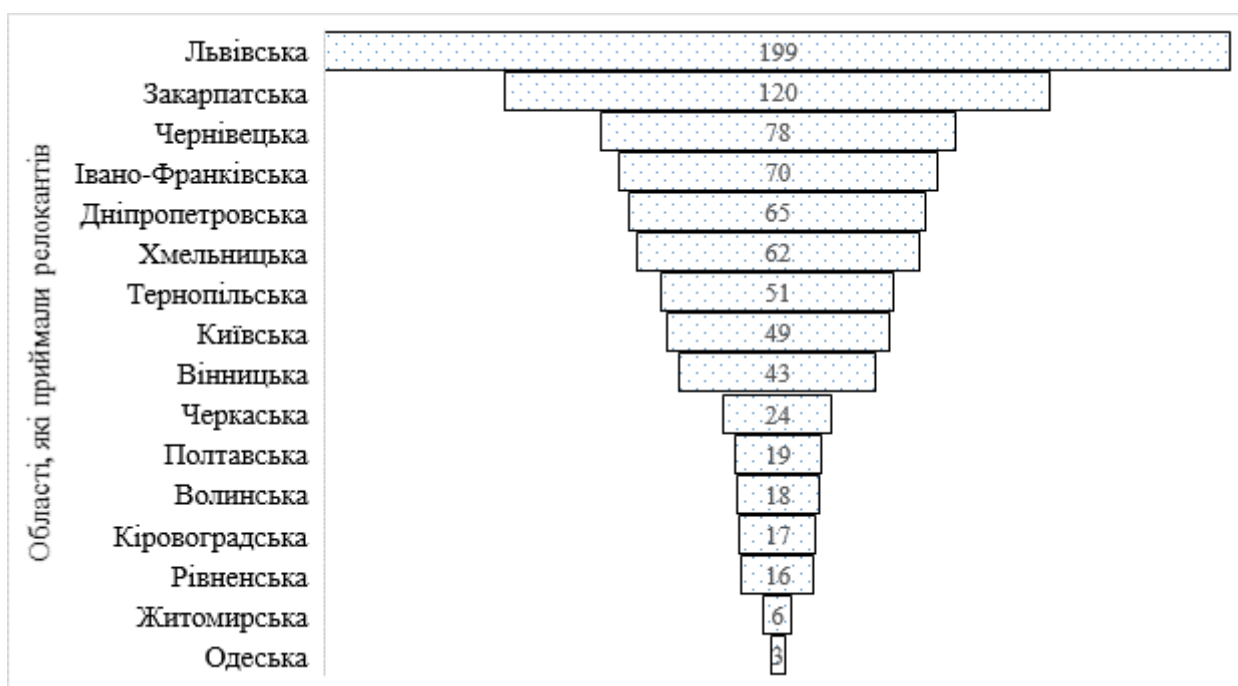


Рис. 2.3. Кількість підприємств, релокованих за державною програмою з територій, наближених або які знаходяться в зоні бойових дій, до більш безпечних регіонів України протягом перших двох років повномасштабного вторгнення рф

Джерело: складено автором на основі [109; 115]

Кожна з трьох охарактеризованих нами хвиль звичайно викликала відповідні дії в межах соціальної відповідальності бізнесу в українських суб'єктів господарювання. Особливістю реагування українського бізнесу на першу хвилю

кризи стала залученість до будь-яких програм допомоги та проявів соціально відповідальної поведінки, в першу чергу, тих суб'єктів господарювання, які або безпосередньо, або опосередковано були пов'язаними з постраждалими регіонами. І тут можна виокремити два напрями спрямування допомоги в межах соціальної відповідальності бізнесу, які спостерігалися у той період (рис. 2.4).

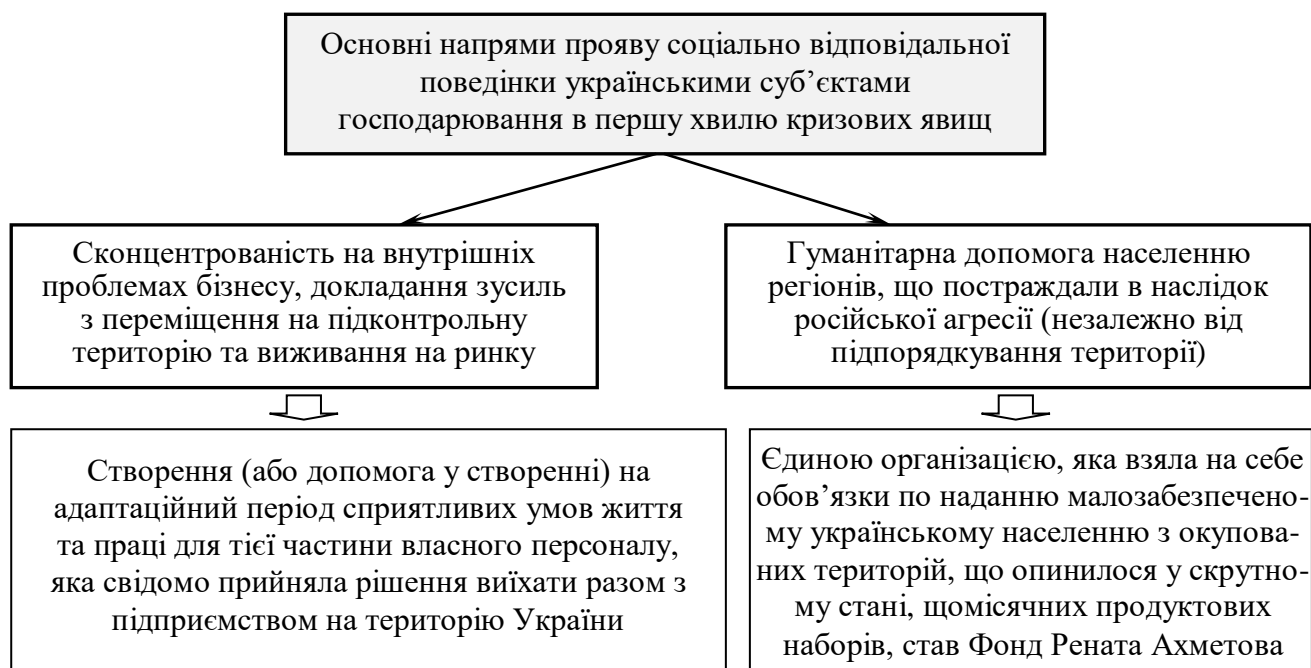


Рис. 2.4. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання України в першу хвилю кризових явищ

Джерело: складено автором

По-перше, суб'єкти господарювання, які змогли вивести (евакуювати, перемістити) свій бізнес з-за меж окупованих або анексованих територій на підконтрольні Україні землі, зосередили зусилля на створенні більш-менш комфортних умов життя та праці для тієї частини власного персоналу, яка свідомо прийняла рішення виїхати разом з підприємством на територію України. Залежно від фінансових можливостей суб'єктів господарювання, керівництво забезпечувало персонал цілим спектром різних складових захисту та допомоги від повного або часткового покриття витрат, пов'язаних з орендою житла, і до періодичної матеріальної та/або фінансової допомоги. При цьому, як показала

практика, максимальні розміри допомоги надавалися протягом перших трьох-чотирьох місяців з моменту переміщення бізнесу, а надалі вони скорочувалися або взагалі переставали надаватися через суттєві фінансові обмеження підприємств, викликані переміщенням. В якості прикладів найбільш відповідальної соціальної поведінки компаній у цьому напрямі можна назвати діяльність ДТЕК та Корпорації «ІСД» [60].

По-друге, суб'єкти господарювання надавали гуманітарну допомогу (продуктові набори або іншого типу допомога) населенню регіонів, що постраждали в наслідок російської агресії (незалежно від того, підпорядковується ця територія Україні, чи ні): єдиною українською організацією, яка добровільно взяла на себе обов'язки по наданню малозабезпеченому українському населенню з окупованих територій, що опинилося у скрутному стані (багатодітні сім'ї, люди похилого віку, особи з інвалідністю та діти), допомоги у вигляді щомісячних продуктових наборів, став Фонд Рената Ахметова. На окупованих територіях допомога надавалася тридцять місяців – з 22 серпня 2014 р. по 28 лютого 2017 р., а загалом за шість років Гуманітарним Штабом Фонду населенню постраждалих регіонів України було надано 134,4 тис. т продуктів [156].

Отже, як бачимо, у першу хвилю кризи ініціатива соціальної відповідальності українського бізнесу була чітко обмеженою територіальними рамками постраждалих регіонів та здебільшого зосередженою на внутрішніх проблемах кожного бізнесу, який докладав всіх зусиль, щоб вижити у нових і значно ускладнених для нього умовах. Одночасно в українському суспільстві спостерігався значний дефіцит толерантності та емпатії, а також упереджене ставлення до внутрішньо переміщених осіб з постраждалих регіонів, що, при недостатній державній підтримці, не сприяло більш швидкому і результативному процесу їх адаптації на нових територіях і призводило до скорочення із часом їх числа на підконтрольній Україні території через виїзд за межі країни або повернення до місць реєстрації [313]. Якщо у березні 2015 р. число внутрішньо переміщених осіб впритул наблизилося до 2,0 млн осіб з Донецької, Луганської областей та АР Крим, то у листопаді 2017 р. їх число скоротилося майже до

1,5 млн осіб [118]. Тобто здебільшого пасивна соціальна позиція українського бізнесу й суспільства в цілому в першу хвилю кризи не дозволила мінімізувати ті втрати та витрати різного характеру, які приніс підступний військовий напад сусідньої країни, що суттєво збільшило часові межі дії кризового стану.

Друга хвиля кризи за своїм характером та сферою поширення охопила всю територію країни, а карантинні заходи і обмеження зачепили всі без виключення види економічної діяльності, що викликало відповідну соціально відповідальну реакцію від представників ділового середовища країни. Хоча знову простежувалося фокусування бізнесу на внутрішніх проблемах, проте одночасно значно збільшився вклад українського соціально відповідального бізнесу в боротьбу з коронавірусом та його наслідками в країні. Можна приводити велику кількість прикладів такої соціально відповідальної поведінки. Так, НАК «Нафтогаз» протягом 2020 р. спрямувала понад 12,0 млн грн. на закупівлю засобів індивідуального захисту та інших захисних матеріалів медикам з десяти областей України, компанії ДТЕК та «АрселорМіттал Кривий Ріг» у межах соціально відповідального інвестування закупили та передали апарати штучної вентиляції легень та кисневі концентратори лікарням України, компанія ДТЕК у грудні 2021 р. на суму 1 млн грн. передала комп'ютерне обладнання НТУ «Дніпровська політехніка» для забезпечення безперервного й безпечного навчального процесу [21; 162]. Крім того, українські компанії з перших днів карантинних заходів запровадили дистанційну форму роботи для офісного персоналу й вахтовий метод для робітничого персоналу, що дозволило досягти максимальної ізоляції працівників та уникнути масових заражень. На високому рівні дотримувалися санітарно-гігієнічні норми на всіх робочих місцях, проводилося ПЛР-тестування на коронавірус осіб, які працювали у офлайн режимі, що дозволило максимально захистити персонал і його родини від зараження та поширення інфекції.

Наведені приклади соціально відповідальної поведінки українських компаній в період другої хвилі кризи, що демонструють в дії модель корпоративного альтруїзму, за часів пандемії не є вичерпними, проте і масового характеру вони не

носили. Більшість суб'єктів господарювання України дотримувалися принципів, на яких побудовано концепцію теорії корпоративного егоїзму [63, с. 151], в межах якої підприємці намагаються досягти максимальних зусиль при досить невисоких рівнях прибутковості й низьких фінансових можливостях, які через пандемію суттєвим чином скоротилися. Проте, щоб зберегти довіру населення, підвищити бренд роботодавця на ринку та мати змогу залучати найбільш талановитих й високопрофесійних фахівців з ринку праці, компанії мають і надалі докладати значних зусиль для створення безпечного й якісного середовища для проживання та праці людини. Лише на таких засадах й спільними зусиллями вдасться зупинити руйнування нашого спільного «будинку» під назвою Україна.

Відсутність офіційної статистичної інформації про конкретні соціально відповідальні дії та безпосередній вклад суб'єктів господарювання України в подолання наслідків пандемії COVID-19 в межах соціальної відповідальності бізнесу не дозволяє здійснити об'єктивних висновків щодо масштабів цієї допомоги. Тому, з метою систематизації основних напрямів прояву соціально відповідальної поведінки українськими суб'єктами господарювання в другу хвилю кризових явищ ми скористалися результатами анкетування представників ділового середовища України, проведеного українською експертною організацією CSR Ukraine за часів найбільш гострої фази пандемії COVID-19 (Додаток Б, табл. Б.1) [196]. Результати систематизації цих даних представлено на рис. 2.5.

За результатами аналізу даних анкетування двадцяти потужних суб'єктів господарювання можемо зробити узагальнений висновок про суттєву відмінність дій в межах соціальної відповідальності бізнесу, що здійснювалися українськими підприємствами під час першої та другої хвиль кризових явищ. Так, якщо під час першої хвилі переважно зусилля суб'єктів господарювання були зосередженими на вирішенні власних проблем, викликаних необхідністю переміщувати бізнес на підконтрольні Україні території, то друга хвиля кардинально змінила розстановку пріоритетів. Висока загроза заразитися інфекційною хворобою COVID-19 спонукала підприємців інвестувати кошти одночасно на два напрями – забезпечення безпеки власного персоналу при збереженні виробничого процесу з

одного боку та надання грошової та/або матеріальної допомоги медичним закладам регіону і країни – з іншого.

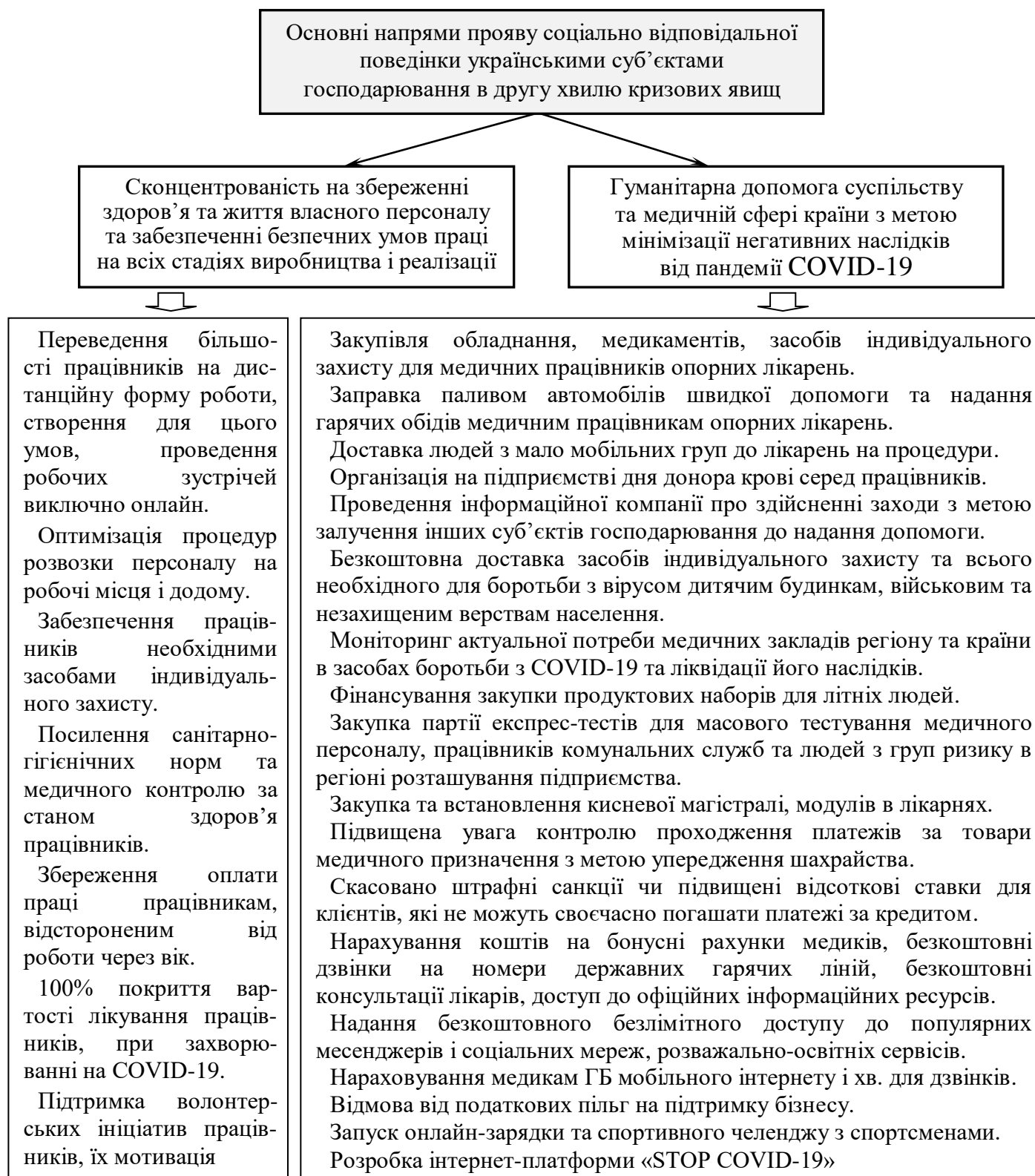


Рис. 2.5. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання України в другу хвилю кризових явищ

Джерело: складено автором

При цьому кошти, які інвестувалися у підтримку медичної системи за розмірами були значно більшими, ніж ті, що вкладалися у безпекові заходи в межах підприємства. Перерозподіл пріоритетів в соціально відповідальній поведінці підприємців забезпечив умови для скорочення рівня захворюваності та смертності населення України від COVID-19.

Масштаби втрат, руйнувань та витрат, які зазнала Україна у третю хвилю кризи сьогодення не можна навіть порівняти з двома попередніми хвилями, поєднаними разом, або взагалі з будь-якими кризовими станами, що пережила Україна за період її незалежності. Звичайно, що без фінансової та воєнної допомоги різних країн і організацій світу, які від початку повномасштабної агресії безперервно підтримують Україну, зберегти національну ідентичність, забезпечити функціонування економіки під час воєнного стану та досягати успіху на фронтах було б практично неможливо. Україна щиро вдячна партнерам за це. Разом із тим, саме повномасштабне вторгнення сприяло консолідації українського суспільства з однією метою – перемога над ворогом та вивільнення всіх українських територій в кордонах, міжнародно визнаних на серпень 1991 р. Водночас, навіть зі всіма обсягами наданої та планованої до надання у найближчому майбутньому допомоги різних країн світу, втілити в життя найбільшу мрію України дуже складно. Розуміння цього моменту внутрішньо вимагає від кожного українця щоденно робити справи, які будуть наближати омріяну перемогу [40; 89; 111]. Так, українці вже понад 1000 днів зайняті різними аспектами допомоги фронту – від плетіння маскувальних сіток та виготовлення продуктів харчування для військових і до волонтерства та перерахування власних коштів на потреби ЗСУ або для постраждалих від російської агресії.

Естафету соціально відповідальних дій з перших же днів війни перейняв і український бізнес. Важко знайти в Україні суб'єкта господарювання, який би не здійснював тих чи інших дій, спрямованих на допомогу ЗСУ, відновлення критичної інфраструктури або подолання наслідків воєнних дій. Навіть заклади освіти збирають кошти на певне обладнання для конкретної військової частини. Внутрішнім аспектам діяльності також приділяється велика увага суб'єктами

господарювання, проте фокус соціально відповідальної поведінки під час війни змістився на всебічну підтримку армії й подолання тих наслідків, що виникли в результаті війни [179]. Так, в якості ілюстрації соціальної відповідальності бізнесу можна навести окремі приклади участі представників ділового середовища України у відновленні Херсонської області після підризу росіянами дамби та повного знищення Каховської ГЕС [197]:

ПУМБ спрямував 7 млн грн. до Херсонської області, з яких 5 млн грн. пішло на порятунок постраждалих від підризу дамби людей, 2 млн грн. – тварин;

Фокстрот перерахував 1 млн грн. для забезпечення всім необхідним екстрені служби України, що здійснювали ліквідацію наслідків аварії;

Intellias перерахував більше 1 млн грн. на технічне забезпечення фахівців ДСНС та на гуманітарну допомогу для постраждалого місцевого населення;

Rozetka в короткий час здійснила пошук та придбання обладнання, необхідного для якісного та швидкого проведення рятувальних робіт, координувала збір коштів від юридичних осіб, призначених для постраждалих територій;

Нова Пошта та БФ «Онуки» за власний рахунок доставляли у постраждалий регіон гуманітарну допомогу, яку збирали, пакували та приносили до відділень компанії пересічні українці тощо.

Проілюстровано лише незначну частку тих благодійних вчинків і проєктів, які здійснювали і продовжують здійснювати українські компанії для швидкої ліквідації наслідків цього окремого страшного акту тероризму, здійсненого російською армією на території України. Об'єктивно ж оцінити загальний масштаб допомоги представників українського бізнес середовища досить важко, проте можливо непрямо це зробити на основі даних, отриманих фахівцями команди CSR Ukraine через анкетування представників національних великих підприємств, суб'єктів господарювання малого і середнього бізнесу та міжнародних компаній, що функціонують в правовому полі України (Додаток В, табл. В.1-В.3) [47]. Результати систематизації означених даних представлено на рис. 2.6 [77].



Рис. 2.6. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання України в третю хвилю кризових явищ

Джерело: складено автором

Прояви російської агресії проти України відбуваються щоденно і у безперервному режимі представники ділового середовища країни доєднуються до потоків різного роду допомоги (грошової, продуктів харчування, гуманітарних товарів, евакуації, медичних послуг і товарів, інформаційної тощо), які спрямовуються на той напрям, який потребує найбільшої уваги у конкретний момент часу. І саме така активна участь представників ділового середовища, як і

всього населення країни, у процесах допомоги ЗСУ є необхідною для відстоювання прав України на власну ідентичність. Отже, можна говорити про майже масову соціальну відповідальність бізнесу в Україні за часів війни [314].

Тобто можемо констатувати, що протягом третьої хвилі кризових явищ відбулося суттєве підвищення середнього рівня соціальної відповідальності ділового середовища України, що є досить позитивним моментом. Нажаль такий результат було отримано в наслідок проходження країни через дуже важкий для неї етап розвитку та через кров і втрати доведення права на незалежність й взагалі існування. Разом із тим, у повоєнний період весь отриманий досвід має бути закріпленим, посиленим та примноженим. Лише на таких засадах можливо буде відновити знекровлену економіку регіонів України та розпочати етап її інтенсивного відродження та оздоровлення.

Весь період незалежності України пов'язаний з дією різних кризових станів (фінансового, демографічного, соціального, промислового, політичного тощо), більшість з яких були викликаними причинами внутрішнього характеру. Проте останні десять років ситуація в країні різко загострилася через дію трьох кризових хвиль зовнішнього характеру походження, причинами яких стали військова агресія РФ та пандемія COVID-19. Наслідки, які для населення та економіки країни принесли ці три кризові хвилі є настільки потужно руйнівними та загрозливими, що самотійно влада подолати їх не змогла б. Потрібна була допомога всіх учасників ділового середовища країни та українського суспільства в цілому. Саме тому соціальна відповідальність бізнесу мала стати тим важелем, активізація якого сприяла б не лише стабілізації соціально-економічної ситуації, але й створювала б фундамент для швидкого відновлення економіки країни в повоєнний період. Під час дослідження було встановлено, що український бізнес поступово і досить повільно включався в процес надання різного роду допомоги і констатовано, що його активність прямо пропорційно зростала залежно від руйнівної сили зовнішньої загрози. Від того, наскільки владі вдасться і надалі, особливо у повоєнний період, стимулювати досить інертний український бізнес до соціально відповідальної поведінки, будуть залежати перспективи подальших

тенденцій відновлення та розвитку економіки України, можливості підвищення рівня та якості життя українців. Проте для цього мають бути створеним дієве нормативне підґрунтя на державному рівні та запроваджений ефективний інструментарій активізації соціальної відповідальності бізнесу на регіональному рівні.

2.2. Нормативне підґрунтя для реалізації соціальної відповідальності бізнесу в Україні

Будь-які заходи в межах соціальної відповідальності бізнесу, що на регіональному рівні сприяють реалізації Цілей та принципів сталого розвитку, мають велике значення для підвищення рівня і якості життя населення, що, разом із задоволенням його потреб, виступають головною метою державної політики будь-якої країни. Важливість таких заходів пояснюється тими перевагами, які отримає суспільство від їх реалізації. По-перше, дотримання тривалий час соціально відповідального типу поведінки представниками бізнесу, особливо тієї його частини, що має суто промисловий характер діяльності, дозволить скоротити негативний вплив на навколишнє середовище та зменшити шкоду, вже нанесену за останнє століття людиною природі. Запроваджені соціально-відповідальним бізнесом проекти дозволять забезпечити збалансоване використання природних ресурсів, а саме води, повітря, ґрунту, лісів, корисних копалин та інших природних ресурсів, а також досягти зменшення негативного впливу на клімат та біорізноманіття. По-друге, соціально відповідальна поведінка суб'єктів господарювання дозволить створити підґрунтя для інтенсивного соціального розвитку території розташування їх виробничих потужностей та регіону в цілому. Заходи у цьому напрямі включають полегшення доступу населення до якісних послуг освіти та охорони здоров'я, покращення ситуації з забезпеченням його житлом, зменшення загроз та наслідків екологічного характеру, а також створення рівних можливостей для всіх членів громади. По-третє, свідоме виконання

представниками бізнесу принципів сталого розвитку буде сприяти стійким тенденціям економічного зростання території. Шляхом раціонального використання ресурсів, сприяння інноваціям та розширенню підприємницьких ініціатив в регіоні будуть створюватися нові робочі місця високої якості, формуватися умови для підвищення рівня і якості життя населення, що у комплексі забезпечить довгострокову економічну стабільність регіональному соціуму. Крім того, регіони, які активно впроваджують та пропагують принципи сталого розвитку, стають більш стійкими до негативних наслідків ймовірних кризових ситуацій, таких як природні лиха, екологічні катастрофи або економічні кризи. Це стає можливим через те, що на кожному етапі і рівні регіонального управління зі всіх можливих альтернативних рішень представники бізнесу та влади, в межах добровільно взятих на себе обов'язків щодо соціально відповідальної поведінки, обирають найбільш раціональні та доцільні варіанти, реалізація яких апріорі мінімізує ймовірні негативні прояви в середньо- та довгостроковому періодах.

Поступова реалізація та пропагування представниками ділового середовища регіонів України можливих складових соціально відповідальної поведінки, через сприйняття переконливих аргументів суспільства про їх соціально-економічну доцільність, дозволить з часом подолати прояви негативних явищ будь-якої етимології та набутти стабільних позитивних тенденцій оздоровлення й виведення з кризового стану регіональної економіки. Водночас для цього на регіональному рівні має бути створено сприятливу й конструктивну взаємодію між органами влади, бізнесом і громадою. Крім того, дуже важливим, якщо не головним фактором успіху в поширенні принципів корпоративної соціальної відповідальності в діловому середовищі регіонів країни має стати ефективне нормативно-законодавче регулювання цих процесів, інструментальна підтримка, яка має одночасно здійснювати страхуючий, мотивуючий та регулюючий впливи на поведінку представників регіонального бізнесу. До того ж, загально відомим є той факт, що саме стабільна та досконала нормативно-правова база виступає найбільш переконливим критерієм для прийняття зарубіжними інвесторами

рішення про доцільність інвестування в той чи інший вид бізнесу в країні, що для України має стати одним з ключових тригерів збалансованого відновлення економіки на засадах сталого розвитку в повоєнний період.

Детальний аналіз нормативно-правової бази України дозволив зробити висновок, що на державному рівні в нормативно-законодавчому полі на даний момент немає жодного базового нормативного документу, який би фундаментально формував та регулював сферу соціальної відповідальності суб'єктів господарювання в країні, надавав би реальний інструментарій для підвищення та підтримки рівня зацікавленості підприємців у добровільному виконанні соціальної функції бізнесу в суспільстві. У цій площині існує лише затверджена у 2020 р. Кабінетом Міністрів України «Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року» [117]. Концепція має на меті розробку та запровадження заходів розширення соціальної відповідальності бізнесу, проте не розкриває базових положень та інструментарію досить важливого для України явища соціальної відповідальності бізнесу, що суттєвим чином стримує процеси залучення підприємців до конкретних проєктів соціальної відповідальності, їх створення та поширення зони покриття в межах ділового середовища.

Концепція трактує поняття соціально відповідального бізнесу як «відповідальну поведінку суб'єктів господарської діяльності шляхом впливу їх рішень і дій на суспільство, навколишнє природне середовище, що сприяє сталому розвитку суспільства, зокрема забезпеченню добробуту населення; враховує очікування суб'єктів господарювання та суспільства; відповідає законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність суб'єкта господарювання» [117]. Положення Концепції підтверджують тезу про те, що прояв соціально відповідальної поведінки представниками бізнесу є повністю добровільною справою для суб'єкта господарювання і в якості ключових напрямів її всебічної реалізації декларують [117]:

- 1) забезпечення ділового середовища конкретними рекомендаціями щодо побудови власної стратегії безпеки та охорони праці, охорони навколишнього

природного середовища; з метою підвищення ступеня залучення українських суб'єктів господарювання до процесів поширення принципів соціальної відповідальності обумовлюється можливість їх участі в удосконаленні законодавства у галузі охорони праці та розробки нормативних документів, що регулюють питання поводження з відходами виробництва;

- 2) заохочення суб'єктів господарювання до оприлюднення на власних офіційних сайтах фінансових і нефінансових звітів, інформації про стратегічні цілі розвитку та заходи щодо їх реалізації на практиці;
- 3) створення сприятливих умов для конструктивної та взаємовигідної взаємодії центральних і місцевих органів виконавчої влади з представниками ділового середовища регіону з питань боротьби з корупцією, захисту інтересів споживача від недобросовісної конкуренції та шахрайства, забезпечення прозорості оподаткування тощо;
- 4) проведення інформаційно-просвітницьких кампаній з метою максимального поширення серед представників ділового середовища регіону і країни принципів корпоративної соціальної відповідальності;
- 5) створення умов для активізації інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, модернізації їх техніко-технологічного рівня, впровадження інновацій у виробництво;
- 6) поширення та привласнення українськими суб'єктами господарювання провідного світового досвіду щодо функціонування соціально відповідального бізнесу, виконання Цілей сталого розвитку.

Завдяки реалізації перелічених напрямів Концепцією [117] ставиться за мету досягнення вже в короткостроковому (рис. 2.7) та довгостроковому (рис. 2.8) періодах досить амбітних результатів, які мають суттєвим чином підвищити рівень конкурентоспроможності економіки регіонів та країни в цілому. Для того, щоб наблизити момент досягнення проголошених цілей та очікуваних результатів Розпорядженням №853-р Кабінету Міністрів України «Про затвердження плану заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року», яке



Рис. 2.7. Короткострокові очікувані результати, проголошені в Концепції та перелік заходів, спрямованих на їх реалізацію відповідно до затвердження плану

Джерело: складено автором на основі [116; 117]

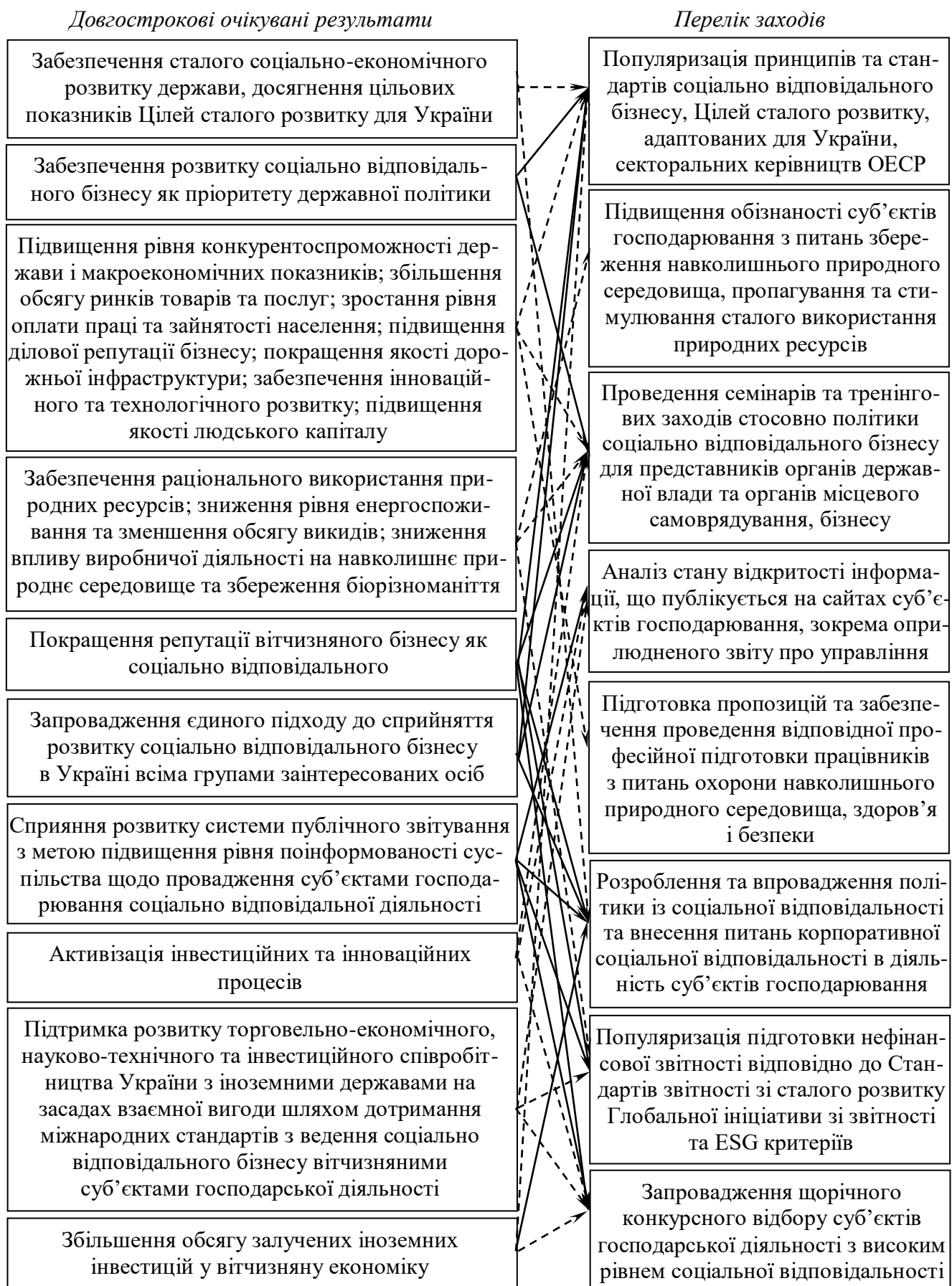


Рис. 2.8. Довгострокові очікувані результати, проголошені в Концепції та перелік заходів, спрямованих на їх реалізацію відповідно до затвердження плану

Джерело: складено автором на основі [116; 117]

було введено в дію 1 липня 2020 р. [116], визначено план заходів. На рисунках наочно представлено поєднання очікуваних результатів та запланованих заходів за допомогою стрілок. При цьому суцільний їх контур символізує те, що певний очікуваний результат можливо досягти, якщо реалізувати конкретний захід, а пунктирний – що означений захід сприяє лише певною мірою досягненню очікуваного результату, тобто він не є основним у його досягненні на практиці.

Детальний аналіз рис. 2.7-2.8 дозволяє зробити загальний висновок, що досягти повної реалізації як коротко-, так і довгострокових цілей, обмежуючись виключно обраними для цього заходами, навряд чи вдасться за двома причинами. Перша причина пов'язана з тим, що обраний інструментарій заходів здебільшого носить інформативно-інструктивний характер. Друга причина міститься у тому, що на момент затвердження плану заходів Україна ще не зазнала повномасштабного військового вторгнення сусідньої країни-агресора, який докорінно змінив пріоритети та задачі, які мали б вирішуватися на регіональному та національному рівнях. Дійсно, сьогодні основні зусилля і ресурси влади спрямовані на боротьбу із зовнішнім ворогом, збереження суверенітету країни. За таких умов саме бізнес має стати тією рушійною силою, яка дозволить підтримувати соціальну сферу країни, реалізовувати проєкти екологічної спрямованості. Але для цього бізнес має бути детально проінформованим, нормативно і методично підтриманим і, головне, різними дієвими інструментами мотивованим до здійснення конкретних кроків у сфері соціальної відповідальності. З цієї точки зору проаналізуємо характер тих інструментів, які закладено Кабінетом Міністрів України до реалізації плану заходів з виконання Концепції на період до 2030 р. [116], рис. 2.9.

Наведений аналіз інструментів, які на державному рівні планується використати з метою виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 р., дозволяє зробити висновок, що наразі задіяно лише два з трьох можливих груп інструментів, а саме заходи інформаційно-консультаційного характеру та заходи організаційно-методичної підтримки суб'єктів господарювання щодо всіх

аспектів активізації їх соціально відповідальної поведінки. Отже, можемо констатувати, що для того, щоб забезпечити поінформованість та надати представникам ділового середовища регіону і країни вичерпної інформації щодо того, якими складовими та критеріями характеризується сталий розвиток і яким чином соціальна відповідальність бізнесу дозволить наблизити його досягнення, затвердженого плану заходів повної мірою вистачить. І саме цими інструментами можна досягти не більше ніж половину короткострокових результатів та лише декілька довгострокових результатів.



Рис. 2.9. Характер інструментів, які заплановано використати в Україні в межах затвердженого плану заходів для реалізації Концепції до 2030 р.

Джерело: складено автором на основі [116]

Для досягнення ж всіх інших очікуваних результатів як в коротко-, так і в довгостроковому періодах (слід акцентувати увагу на тому, що саме ці результати

мають найвищу цінність для відновлення економіки регіонів країни в повоєнний період), дуже важливо застосувати на державному та регіональному рівнях дієві інструменти, які мають мотивувати суб'єктів господарювання та представників бізнесу до формування власної чіткої політики в сфері соціальної відповідальності та її реалізації на практиці. Такими інструментами можуть стати, наприклад, податкові стимули, державні дотації або залучення бізнесу до спеціальних інвестиційних програм. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 р. та прийнятий план заходів щодо її реалізації таких інструментів на жаль не містять. Саме на висвітлення цих інструментів та розробку механізму їх реалізації й мають бути присвяченими подальші дослідження у царині корпоративної соціальної відповідальності. При цьому слід чітко розуміти, що кожен з цих інструментів дозволить у той чи інший спосіб покращити якість життя людини, а тому на їх реалізацію мають бути спрямованими всі зусилля стейкхолдерів.

Отже, ми розуміємо, що в суспільстві, і безпосередньо в діловому середовищі, має бути сформованою підтримка розвитку культури соціальної відповідальності бізнесу, підтримуватися будь-які прояви соціально відповідальної поведінки представників бізнесу регіону. Водночас створити, реалізувати та поширити таку культуру можливо виключно на підґрунті законодавчо створеної підтримки соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання, для чого в нормативно-правових актах України мають бути прописаними конкретні дієві інструменти, бажано стимулюючого бізнес характеру. Враховуючи той факт, що на даний момент жодний Закон України не присвячено безпосередньо стимулюванню соціальної відповідальності суб'єктів господарювання, нами було здійснено пошук та відбір всіх нормативно-правових документів, що з різних боків регулюють соціальну сферу в країні і, тим самим, активізують різні аспекти соціально відповідальної поведінки бізнесу. Ґрунтовне дослідження тексту кожного документу дозволило сформулювати узагальнене бачення про систему інструментів підтримки соціально відповідальної поведінки бізнесу в Україні на законодавчому рівні (табл. 2.2) [68; 75].

**Система нормативно-правових інструментів підтримки соціально
відповідальної поведінки бізнесу в Україні на законодавчому рівні**

Назва Закону України	Наявність інструментів підтримки	
	дії позитивного характеру (права, стимулювання)	дії негативного характеру (відповідальність, заборона)
1	2	3
Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення» №4004-XII від 24.02.1994 р.	Підприємства, установи і організації мають право на: одержання від органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, а також відповідних органів і закладів охорони здоров'я інформації про стан здоров'я населення, санітарну та епідемічну ситуацію, нормативно-правові акти з питань забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення та санітарні норми; відшкодування збитків, завданих їм внаслідок порушень санітарного законодавства підприємствами, установами, організаціями та громадянами	Обмеження, тимчасова заборона чи припинення діяльності суб'єктів господарювання у разі недотримання санітарних норм; обмеження, тимчасова заборона або припинення будівництва, реконструкції та розширення об'єктів у разі відступу від затвердженого проекту; тимчасова заборона виробництва, заборона використання та реалізації речовин, устаткування, матеріалів, засобів, товарів і джерел в разі відсутності їх гігієнічної регламентації та державної реєстрації, а також якщо їх визнано шкідливими для людини; обмеження, зупинення або заборона викидів забруднюючих речовин за умови порушення санітарних норм; зупинення або припинення інвестиційної діяльності у випадках, встановлених законодавством; внесення власникам підприємств, установ, організацій подання про відсторонення від діяльності осіб, що порушують норми; вилучення з реалізації небезпечних для здоров'я хімічних та радіоактивних речовин, біологічних матеріалів у порядку, що встановлюється законодавством
Закон України «Про соціальні послуги» №2671-VIII від 17.01.2019 р.	Запитувати та отримувати в органах державної влади та органах місцевого самоврядування інформацію, необхідну для організації надання соціальних послуг; залучати на договірній основі суб'єктів господарювання до надання соціальних послуг; залучати грошові кошти та інші ресурси, необхідні для надання соціальних послуг	Особи, винні у бездіяльності в організації надання соціальних послуг, порушенні вимог законодавства про соціальні послуги, несуть відповідальність згідно із законом
Закон України «Про соціальний діалог в Україні» №2862-VI від 23.12.2010 р.		Особи, винні в порушенні законодавства про соціальний діалог, несуть відповідальність згідно із законом

Продовження табл. 2.2

1	2	3
Закон України «Про зайнятість населення» №5067-VI від 05.07.2012 р.	Сприяння підприємствам, установам та організаціям незалежно від форми власності, виду діяльності та господарювання у професійному розвитку працівників	Роботодавці самостійно розраховують квоту на працевлаштування осіб, яким до настання права на пенсію за віком відповідно до ст. 26 Закону України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» залишилося 10 і менше років, з урахуванням чисельності громадян, які на умовах повної зайнятості вже працюють на підприємствах, в установах та організаціях і належать до таких, що неконкурентоспроможні на ринку праці (крім осіб з інвалідністю), та забезпечують їх працевлаштування самостійно. Роботодавці можуть звернутися за сприянням для працевлаштування даної категорії громадян до центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері зайнятості населення та трудової міграції. Обов'язковою умовою дотримання роботодавцями квоти є інформування щороку центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері зайнятості населення та трудової міграції

Джерело: складено автором на основі [22; 23; 33; 34]

Аналіз тексту чотирьох Законів України соціальної спрямованості дозволив дійти висновку, що серед всього спектру інструментів підтримки суб'єктів господарювання в соціальній сфері переважають заходи негативного характеру, які пов'язані з підвищеною відповідальністю або заборонаю певних дій. Натомість серед інструментів спонукальної дії позитивного характеру, які і мали б активізувати соціально відповідальну позицію бізнесу можна назвати лише відшкодування збитків, нанесених суб'єкту господарювання та сприяння у професійному розвитку працівників. На наш погляд таких інструментів недостатньо для посилення руху соціальної відповідальності бізнесу в країні.

Доцільно також розглянути наявне в Україні нормативне підґрунтя для реалізації різних аспектів соціальної відповідальності бізнесу, таких як створення нових робочих місць, охорона праці, розвиток людського капіталу, захист і узгодження інтересів працівників та роботодавців, безпека життєдіяльності, соціальний захист працівників та населення території розташування виробничих

потужностей суб'єкта господарювання (табл. 2.3). Повну матрицю нормативного підґрунтя для соціально відповідальної поведінки бізнесу в Україні представлено в Додатку Г, табл. Г.1.

Як бачимо, в законодавчому полі України кожен з виокремлених аспектів соціальної відповідальності бізнесу має певну регулюючу дію, більшість з яких носить здебільшого організаційно-методичний характер і зобов'язує роботодавця робити певні кроки в межах його діяльності. Разом з тим, слід акцентувати увагу на тому, що всі виокремлені нами аспекти соціальної відповідальності певним чином торкаються лише двох з чотирьох виділених нами складових соціальної відповідальності бізнесу (рис. 1.2). Третя складова соціальної відповідальності, а саме відповідальність перед суспільством за виробництво достатніх обсягів високоякісної продукції залежно від виду економічної діяльності суб'єкта господарювання буде регулюватися відповідними Державними та міжнародними стандартами. Четверта складова, пов'язана із захистом та розвитком культурної спадщини, розробкою інновацій, на рівні нормативно-правового регулювання в Україні для представників бізнесу носить переважно рекомендаційний характер.

Отже, можемо констатувати, що затверджених на законодавчому рівні інструментів, які б дієво сприяли активізації соціально відповідальної поведінки представників ділового середовища в Україні на даний момент не розроблено, що суттєвим чином стримує розвиток соціально відповідального руху в бізнесі. Саме тому суттєва роль має відводитися всьому спектру можливостей активізації підприємців до реалізації принципів соціальної відповідальності – від підвищення статусу соціально відповідальних підприємств у суспільній думці і до надання матеріальних стимулів і привілеїв органами регіональної влади представникам бізнесу, які беруть на себе соціально відповідальну роль. Важливим важелем тут має стати регулювання податкової політики та надання податкових пільг соціально відповідальним представникам бізнесу.

За умови відсутності нормативного документу на національному рівні, базові основи регулювання дій у сфері соціальної відповідальності бізнесу здійснюються в Україні відповідно до Міжнародного Стандарту SA8000 «Соціальна

Таблиця 2.3

Матриця нормативного підґрунтя для забезпечення соціально відповідальної поведінки бізнесу в Україні

Напрямок дії Документ	Створення нових робочих місць	Охорона праці на підприємстві	Розвиток людського капіталу	Захист та узгодження інтересів працівників та роботодавців	Безпека життєдіяльності	Соціальний захист працівників та населення
1	2	3	4	5	6	7
Закон України «Про зайнятість населення» №5067-VI від 05.07.2012 р.	Ст. 27. Роботодавцю, який протягом року створював нові робочі місця, набирав на них працівників і виплачував кожному заробітну плату в розмірі не менше ніж три мінімальні заробітні плати, компенсуються витрати у розмірі 50% суми єдиного внеску					
Закон України «Про охорону праці» №2694-XII від 14.10.1992 р.		Ст. 5. Під час укладання трудових договорів роботодавець має поінформувати працівника про наявність на робочому місці небезпечних і шкідливих виробничих факторів. Ст. 8. Роботодавець зобов'язаний забезпечити за свій рахунок придбання, комплектування, видачу та утримання засобів індивідуального захисту				

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7
Закон України «Про професійний розвиток працівників» №4312-VI від 12.01.2012 р.			Ст. 6. Професійне навчання здійснюється роботодавцями з урахуванням потреб діяльності відповідно до вимог законодавства			
Закон України «Про колективні договори і угоди» №3356-XII від 01.07.1993 р.				Ст. 1. Колективний договір укладається на основі чинного законодавства, прийнятих сторонами зобов'язань і узгодження інтересів сторін		
Закон України «Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)» №137/98-ВР від 03.03.1998 р.				Ст. 9. Колективні трудові спори розглядаються виробничою, галузевою та територіальною примирними комісіями, примирною комісією на національному рівні		
Закон України «Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності» №1045-XIV від 15.09.1999 р.				Ст. 25. Роботодавці зобов'язані брати участь в заходах профспілок щодо захисту трудових та соціально-економічних прав		
Закон України «Про організації роботодавців, їх об'єднання, права і гарантії				Ст. 5. Організації роботодавців створюються і діють з метою представництва та захисту їх		

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7
їх діяльності» №5026-VI від 22.06. 2012 р.				прав та законних інтересів		
Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення» №4004-XII від 24.02.1994 р.					Ст. 7. Роботодавці зобов'язані: здійснювати санітар- ні та протиепідеміч- ні заходи; забезпечувати лабо- раторний контроль з використання шкід- ливих речовин; надавати безоплатно зразки сировини, матеріалів, продук- ції, для проведення експертизи; усувати від роботи осіб, які є носіями збудників інфекцій- них захворювань; негайно інформова- ти органи державної санітарно-епідеміо- логічної служби про надзвичайні події; відшкодовувати пра- цівникам і громадя- нам шкоду, завдану їх здоров'ю через порушення санітар- них норм	
Закон України «Про основні засади соціаль- ного захисту						Ст. 14. Роботодавці мають постійно по- ліпшувати умови праці і виробничого

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7
ветеранів праці та інших громадян похилого віку в Україні» №3721-ХІІ від 16.12.1993 р.						середовища громадян похилого віку, робоче місце обладнати засобами, що сприяють збереженню здоров'я та працездатності
Закон України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні» №875-ХІІ від 21.03.1991 р.						Ст. 17. Роботодавці створюють спеціальні робочі місця для працевлаштування осіб з інвалідністю, здійснюючи адаптацію обладнання, технічного оснащення
Закон України «Про пенсійне забезпечення» №1788-ХІІ від 05.11.1991 р.						Ст. 19. Підприємства можуть відшкодувати працівникам повністю або частково внески, сплачені ними за договорами добровільного страхування додаткової пенсії
Закон України «Про соціальні послуги» №2671-VIII від 17.01.2019 р.						Ст. 13. Надавачі соціальних послуг мають право залучати на договірній основі підприємства, установи, організації до надання соціальних послуг

Джерело: складено автором на основі [22-34]

відповідальність» з моменту його прийняття країною 01.10.2007 р. [67; 75]. Стандарт було створено компанією «Social Accountability International» у 1989 р. і з тих пір він систематично оновлюється. Наразі діє версія Стандарту 2023-2024 р. і на громадське обговорення винесено версію 2025 р. [278]. В основу Стандарту SA8000 покладено необхідність дотримання принципів одинадцяти Конвенцій та двох Рекомендацій МОП, Всесвітньої Декларації з прав людини та двох Конвенцій ООН. При цьому, виходячи зі змістовного навантаження перелічених міжнародних нормативних документів, можемо констатувати, що основний вектор зусиль спрямовано на протидію та ліквідацію всіх форм дискримінації у сфері праці та забезпечення гідного й дієвого соціального захисту всіх груп населення території. Стандарт регулює такі важливі питання, як дитяча та примусова праця, охорона праці, свобода об'єднань працівників, дискримінація, дисциплінарні заходи, робочий час та заробітна плата [67]. До кожного з перелічених питань в Стандарті прописано конкретні мінімально припустимі вимоги, які мають бути виконаними суб'єктами господарювання для доведення власної соціальної відповідальності.

Дія стандарту поширюється на всі без виключення суб'єкти господарювання незалежно від їх розміру та виду економічної діяльності. При цьому суб'єкти господарювання, які дотримуються всіх принципів соціальної відповідальності та свідомо проповідують соціально-відповідальну поведінку у своїй діяльності можуть пройти сертифікацію на Стандарт SA8000 та завдяки цьому отримати цілу низку іміджевих та конкурентних переваг для перспективного розвитку власного бізнесу. Процедура сертифікації є платною і складається з двох послідовних етапів – самооцінки та проведення процедури зовнішнього незалежного оцінювання одним із акредитованих органів сертифікації (на даний момент жодний орган сертифікації не має української афіліації). У разі успішного проходження процедури сертифікації суб'єкт господарювання отримує сертифікат з унікальним номером та зазначенням терміну, на який він виданий.

Сертифікат SA8000 дійсний протягом трьох років за умови підтвердження виконання умов стандарту суб'єктом господарювання під час офлайн моніторингу, який здійснюється двічі на рік з метою отримання незалежної

оцінки щодо тих покращень, які відбулися на підприємстві за пройдений з дати останнього аудиту час. За умов успішного проходження моніторингу суб'єкт господарювання може пройти повторну процедуру сертифікації. Проте у разі зміни політики суб'єкта господарювання щодо соціальної відповідальності або у разі інших форсмажорних обставин сертифікат може бути відкликаним або скасованим компанією «Social Accountability International». Нажаль саме така процедура була використана для двох українських підприємств, які наважилися пройти процедуру сертифікації за Стандартом SA8000 за весь час дії його положень в Україні (табл. 2.4). Так, ПАТ НВЦ «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод» успішно пройшов первинну сертифікацію за Стандартом SA8000 в 2013 р., а ПрАТ «Мукачівська трикотажна фабрика «Мрія» – в 2019 р., проте за певними причинами (які не зазначаються в довідці про відкликання сертифікату, проте, скоріш за все, пов'язані з війною в Україні і неможливістю проведення очних процедур моніторингу через небезпеку для життя аудиторів) дія кожного з сертифікатів достроково була припиненою в 2023 р. [277]. На офіційних сайтах підприємств інформації з цього приводу також не наведено [95; 104]. Не зважаючи на відкликання сертифікатів, успішний досвід двох українських підприємств має стати прикладом для наслідування інших суб'єктів господарювання країни в повоєнний період.

Водночас слід зазначити, що важливою умовою і доказовою базою щодо дотримання політики соціальної відповідальності є забезпечення публічності інформації про загальний рівень виконання положень Стандарту та про ті заходи й проєкти, які було виконано суб'єктом господарювання на практиці в сфері соціальної відповідальності. Основною метою поширення такої інформації має стати донесення правдивої, повної, й актуальної інформації до стейкхолдерів підприємства, у якості яких виступають клієнти та споживачі, постачальники, конкуренти, влада, населення тощо. З цією метою доцільно проводити публічне поширення інформації про активності підприємства у площині його соціальної відповідальності на його офіційному сайті, у соціальних мережах та при відкритих зустрічах з певними групами стейкхолдерів. Чим більш широко буде представлено інформація, тим більшої користі від соціально відповідальної

поведінки отримає суб'єкт господарювання і зможе ще більше реалізувати на практиці позитивних соціальних проєктів.

Таблиця 2.4

**Українські суб'єкти господарювання, які пройшли сертифікацію на
Стандарт SA8000**

Сертифікована організація	Орган сертифікації	Ідентифікаційний номер сертифіката	Статус сертифікації	Дата первинної сертифікації	Термін дії	Дата вилучення
ПАТ НВЦ «Борщагівський хіміко-фармацев- тичний завод» Галузь: Охорона здоров'я: (E1) Біотехнологія та фармацевтика. Число працівни- ків – 854 особи	SGS	UA13/81840691	Відкликано / скасовано	08.12. 2013 р.	07.12. 2025 р.	20.10. 2023 р.
ПрАТ «Мукачівська трикотажна фабрика «Мрія» Галузь: Споживчі товари: (A1) Одяг, аксесуари та взуття. Число працівни- ків – 144 особи	SGS	UA19/819942512	Відкликано / скасовано	28.03. 2019 р.	27.09. 2027 р.	27.09. 2023 р.

Джерело: складено автором на основі [277]

Отже, важливою умовою сьогодення має стати доведення до суб'єктів господарювання думки про важливість взяття на себе підприємцями зобов'язань з соціальної відповідальності не лише з точки зору доцільності реалізації бізнесом соціально відповідальної поведінки для суспільства, а й з точки зору перспектив зростання рівнів економічних показників його діяльності через підвищення іміджу суб'єкта господарювання на ринку, посилення його статусу як надійного партнера та ефективного роботодавця й товаровиробника. Ґрунтовне переконання суб'єктів ділового середовища України у тому, що перехід на соціально відповідальну поведінку принесе їм не лише іміджеві, а й реальні фінансові та економічні вигоди, має стати основою більш швидкого виведення регіональної

економіки з наявного кризового стану, забезпечення умов соціально-економічного оздоровлення території, інноваційного оновлення всіх аспектів виробничої діяльності, промислової та екологічної безпеки країни. При цьому основною платформою реалізації всіх запланованих заходів має стати рівень регіону через наявність в його розпорядженні дієвих інструментів впливу.

2.3. Діагностика стратегічної спрямованості регіональної політики України на активізацію соціальної відповідальності бізнесу та сталий розвиток

Для того, щоб на рівні країни в середньостроковій перспективі можливо було досягти помітних тенденцій у вирішенні соціальних, економічних й екологічних проблем території, розробляються регіональні стратегії розвитку, які мають мати чітку спрямованість на активізацію процесів соціальної відповідальності бізнесу та, як один з похідних результатів, досягнення Цілей сталого розвитку. З цією метою регіональні органи влади мають закладати в основу стратегії розвитку свого регіону чіткий та прозорий механізм залучення бізнесу до розв'язання актуальних викликів і проблем й реалізовувати на цій основі дієві процедури створення довгострокових переваг для громад, ринку праці й довкілля регіону. Переваги, отримані від такої активізації є очевидними як для суспільства, так і для бізнесу, так як відкрита соціально відповідальна позиція буде стимулювати суб'єктів господарювання до впровадження інновацій, підвищення продуктивності та розвитку місцевої інфраструктури через адресні інвестиції у проекти в сфері освіти, охорони здоров'я, екології та культури, що в результаті дозволить досягти підвищення рівня і якості життя місцевого населення, прискорених темпів нагромадження людського капіталу на рівні підприємства та області й формування позитивного іміджу бізнесу на регіональному й національному ринках, у тому числі і ринках праці. Реалізація в регіонах країни на цьому підґрунті принципів сталого розвитку зробить їх території більш

привабливими для національних та зарубіжних інвесторів, партнерів і туристів, що, в свою чергу, буде акумулювати додаткові ресурси та стимулювати підвищення конкурентоспроможності регіональної економіки. Таким чином можна констатувати, що достатній рівень спрямованості регіональної стратегії розвитку на соціальну відповідальність бізнесу та сталий розвиток буде сприяти досягненню синергетичного ефекту між інтересами бізнесу, суспільства та довкілля, що дозволить підвищити добробут населення, досягти на рівні регіону економічної стабільності та екологічної стійкості. А це, в свою чергу, виступає основою сталого майбутнього країни.

Актуальним базовим офіційним документом, що регулює регіональний розвиток в Україні, є Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 рр., затверджена Постановою Кабінету Міністрів України № 695 від 5 серпня 2020 р. зі змінами, внесеними згідно з Постановою Кабінету Міністрів України №940 від 13 серпня 2024 р. [102]. Слід зазначити, що в тексті даного документу відсутні будь-які згадування про соціальну відповідальність бізнесу, що виступає суттєвим стримуючим чинником активізації процесів поширення соціально відповідальної поведінки серед представників ділового середовища країни. Натомість Національна економічна стратегія на період до 2030 р., затверджена Постановою Кабінету Міністрів України №179 від 3 березня 2021 р. зі змінами, внесеними згідно з Постановою Кабінету Міністрів України №369 від 21 квітня 2023 р., містить два згадування про соціальну відповідальність бізнесу [103]. Так, в межах операційної цілі «Налагодження співпраці представників бізнесу та ЗВО» в стратегії обумовлюється доцільність запровадження заходів щодо «стимулювання програм корпоративної соціальної відповідальності на базі ЗВО через пільгові режими», а в межах операційної цілі «Покращення ефективності формування та реалізації політики в сфері сільського господарства» констатується необхідність «впровадження сучасних, обґрунтованих й апробованих у міжнародній практиці принципів та механізму державної підтримки виробників, які посилюватимуть взаємну екологічну, соціальну та виробничу відповідальність усіх учасників відносин в агропромисловому комплексі» [103].

Отже, можемо констатувати хоч і не дуже потужний, проте наявний вектор спрямованості стратегії економічного розвитку національної економіки на реалізацію проєктів соціальної відповідальності на рівні різних стейкхолдерів. Для того ж, щоб зробити остаточний висновок стосовно спрямованості стратегії розвитку регіонів України на активізацію і поширення соціально відповідальної поведінки представників ділового середовища країни, доцільно додатково проаналізувати окремо і детально зміст стратегій регіонального розвитку кожної області країни.

В регіональному розрізі сьогодні в Україні діючими є стратегії регіонального розвитку, прийняті та затверджені на період 2021-2027 рр. [125-148]. У зв'язку з тим, що остаточний зміст стратегій був сформульованим ще в 2020 р., тобто ще за два роки до повномасштабного військового вторгнення рф, вони здебільшого не враховують (за виключенням стратегій розвитку Донецької та Луганської областей) тих ризиків сьогодення, які мають долати органи регіональної влади через військові дії та наближення лінії фронту, обстріли, тимчасові відключення електричної енергії, ресурсний дефіцит тощо. Не зважаючи на наявність цього обмеження, вважаємо за доцільне здійснити ґрунтовний аналіз стратегій регіонального розвитку областей України, так як нам важливо визначити загальний вектор та силу їх спрямованості на активізацію соціальної відповідальності регіонального бізнесу та досягнення на цьому підґрунті Цілей сталого розвитку на рівні регіону.

Проведений аналіз змісту стратегій регіонального розвитку кожної області України на період до 2027 р. дозволив дійти висновку, що органи державної влади переважної більшості регіонів країни, а саме вісімнадцяти, не асоціюють стратегію власного розвитку з необхідністю активізації соціально відповідальної поведінки власних суб'єктів підприємницької діяльності, в результаті чого у тексті стратегій даних регіонів відсутні згадування про соціальну відповідальність бізнесу. Натомість в стратегіях регіонального розвитку шести областей України у різному обсязі присутня інформація про соціальну відповідальність бізнесу, а в чотирьох з них – обґрунтовано конкретні кроки для поширення серед

представників ділового середовища регіону соціально відповідальної поведінки (рис. 2.10, табл. 2.5-2.6).



Рис. 2.10. Ступінь спрямованості стратегій розвитку регіонів України на період 2021-2027 рр. на активізацію соціальної відповідальності бізнесу (темніший колір характеризує вищий ступінь спрямованості)

Джерело: складено автором на основі [125; 129; 134; 135; 142; 148]

Дослідження змісту стратегій регіонального розвитку дозволило дійти до висновку, що найвищий рівень спрямованості на активізацію соціальної відповідальності бізнесу є характерним для Тернопільської області, органи регіональної влади якої не лише поставили конкретні цілі щодо поширення серед представників регіонального бізнесу принципів соціальної відповідальності, а й детально прописали механізм досягнення означених цілей із зазначенням необхідних для стратегічного розвитку області граничних значень відповідних показників (зростання частки соціально відповідального бізнесу в області, збільшення на 2,1% кількості суб'єктів господарювання, що розробляють і реалізують проєкти соціальної відповідальності). На другому місті йдуть

Донецька, Київська та Кіровоградська області, органи регіональної влади яких у відповідних стратегіях регіонального розвитку наголошують на необхідності залучення бізнесу до розв'язання соціальних проблем регіону та лаконічно формулюють шляхи поширення соціально відповідальної поведінки серед представників бізнесу області, що в основному планується робити через просвітницькі заходи.

Таблиця 2.5

**Оцінювання спрямованості стратегій розвитку регіонів України на період
2021-2027 рр. на активізацію соціальної відповідальності бізнесу
(регіони, стратегії яких спрямовані на активізацію соціальної відповідальності)**

Область України	Спрямованість стратегії на активізацію соціально відповідальної поведінки представників бізнесу регіону		Основна спрямованість стратегії щодо розвитку бізнесу
	контекст згадувань в тексті	наявність механізму реалізації, інструментів	
1	2	3	4
Донецька	Соціальна відповідальність підприємців	Формування позитивного іміджу підприємців, підвищення їх соціальної відповідальності. Підтримка соціально-відповідального підприємництва, направлено на підтримку вразливих груп населення	Підтримка галузей, що мають економічний та інноваційний потенціал для розвитку
Київська	Підвищення соціальної відповідальності бізнесу	Проведення інформаційної кампанії «Рес-струйся в області – допомагай громаді». Проведення семінарів і тренінгів для підприємців з питань розвитку соціального підприємництва	Розвиток інноваційно орієнтованих галузей економіки
Кіровоградська	Соціальна відповідальність суб'єктів підприємництва	Популяризація соціального підприємництва та соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва. Створення умов для стійкої мотивації до соціальної відповідальності бізнесу в аграрному секторі, суміжних секторах виробництва і сфері послуг	Розвиток підприємництва
Одеська	Соціально-відповідальне підприємництво є запорукою сталої економіки області	Відсутні	Підтримка розвитку малого та середнього бізнесу
Тернопільська	Сприяння розвитку та популяризація соціально	Збільшення частки соціально відповідального бізнесу в області, діяльність якого базується на міжнародних стандартах та	Стимулювання розвитку малого та середнього

Продовження табл. 2.5

1	2	3	4
	відповідального бізнесу. Покращення репутації вітчизняного бізнесу як соціально відповідального сприятиме залученню додаткового інвестиційного ресурсу	правилах поведінки бізнесу, підвищення репутації місцевого бізнесу. Процес розвитку соціально відповідального бізнесу потребує активної участі усіх сторін. Створення сприятливих правових, фінансових та організаційних умов для розвитку соціально відповідального бізнесу. Поширення кращого досвіду соціально відповідального бізнесу щодо етичної та доброчесної поведінки. Проведення ефективної широкомасштабної промоційної кампанії щодо принципів та стандартів соціально відповідального бізнесу. Збільшення на 2,1% кількості суб'єктів господарювання, що розробляють і реалізують власні стратегії розвитку та проекти соціальної відповідальності	бізнесу (пріоритет – сільські та гірські території)
Чернігівська	Розвиток соціальної відповідальності бізнесу	Відсутні	Стимулювання розвитку малого і середнього підприємництва

Джерело: складено автором на основі [125; 129; 134; 135; 142; 148]

На третьому місті знаходяться Чернігівська та Одеська області, органи регіональної влади яких констатують доцільність розвитку руху соціальної відповідальності представників ділового середовища регіону, проте не визначають механізму та інструментів досягнення поставлених цілей, що суттєво скорочує ймовірність їх втілення у життя. Слід також акцентувати увагу на тому, що всі шість перелічених областей України в стратегіях регіонального розвитку в якості основної спрямованості дій щодо розвитку бізнесу визначають такі пріоритети, як розвиток малого та середнього бізнесу й розвиток інноваційно орієнтованих видів економічної діяльності, що має стати суттєвим підґрунтям для більш швидкої практичної реалізації проголошених цілей щодо активізації соціальної відповідальності бізнесу в регіоні.

Вісімнадцять областей, і серед них такі економічно й промислово розвинені, як Харківська, Дніпропетровська та Запорізька, в текстах стратегій власного

регіонального розвитку не містять жодного згадування про соціальну відповідальність бізнесу і при цьому ставлять амбітні плани щодо забезпечення високого рівня і якості життя населення, збереження довкілля, побудови конкурентоспроможної економіки та нагромадження людського капіталу, збалансованого розвитку території та підвищення економічної спроможності громад тощо. Крім того, ці регіони при формулюванні основної спрямованості стратегії розвитку бізнесу обрали прогресивний шлях, пов'язаний зі смарт-спеціалізацією та інноваційним розвитком, забезпеченням конкурентоспроможності суб'єктів господарювання стратегічних видів економічної діяльності території тощо.

Таблиця 2.6

Оцінювання спрямованості стратегій розвитку регіонів України на період 2021-2027 рр. на активізацію соціальної відповідальності бізнесу (регіони, стратегії яких не містять згадувань про соціальну відповідальність)

Область України	Спрямованість стратегії на активізацію соціально відповідальної поведінки представників бізнесу регіону		Основна спрямованість стратегії щодо розвитку бізнесу
	згадування в тексті	наявність механізму реалізації, інструментів	
1	2	3	4
Вінницька	Відсутнє	Відсутні	Модернізація транспортно-логістичної інфраструктури з урахуванням внутрішніх, міжрегіональних та міжнародних зв'язків
Волинська	Відсутнє	Відсутні	Розвиток малого та середнього бізнесу
Дніпропетровська	Відсутнє	Відсутні	Розвиток потенціалу хімічного та машинобудівного комплексу
Житомирська	Відсутнє	Відсутні	Сприяння розвитку малого та середнього підприємництва
Закарпатська	Відсутнє	Відсутні	Розвиток малого і середнього підприємництва
Запорізька	Відсутнє	Відсутні	Розвиток бізнес-екосистеми регіону
Івано-Франківська	Відсутнє	Відсутні	Стимулювання розвитку інноваційних видів економічної діяльності, залучення інвестицій
Луганська	Відсутнє	Відсутні	Розвиток інноваційних галузей економіки з високою доданою вартістю
Львівська	Відсутнє	Відсутні	Стимулювання інноваційних видів економічної діяльності з високою

Продовження табл. 2.6

1	2	3	4
			доданою вартістю
Миколаївська	Відсутнє	Відсутні	Розвиток транзитного та логістично-транспортного потенціалу
Полтавська	Відсутнє	Відсутні	Ефективна бізнес та інвестиційна інфраструктура, активізація інвестиційної діяльності
Рівненська	Відсутнє	Відсутні	Підтримка високотехнологічних виробництв
Сумська	Відсутнє	Відсутні	Розвиток промислової, аграрної та туристичної сфер
Харківська	Відсутнє	Відсутні	Підтримка розвитку малого та середнього бізнесу
Херсонська	Відсутнє	Відсутні	Розвиток органічного сільськогосподарського виробництва, рибного господарства
Хмельницька	Відсутнє	Відсутні	Зміцнення малого і середнього підприємництва
Черкаська	Відсутнє	Відсутні	Інтернаціоналізація бізнесу. Посилення співробітництва бізнесу і науки в ІТ-сфері
Чернівецька	Відсутнє	Відсутні	Сталий розвиток сільського господарства, переробної промисловості та туризму

Джерело: складено автором на основі [126-128; 130; 131-133; 136-141; 143-147]

За сучасних соціально-політичних та фінансово-економічних умов і обставин розвитку регіональної економіки та тих зовнішніх ризиків, які останнім часом негативно впливають на ймовірність втілення у життя затвердженої стратегії розвитку економіки України на найближчі роки, досягти всіх перелічених цілей без активного залучення представників ділового середовища до реалізації соціально спрямованих проєктів буде дуже складно, якщо взагалі можливо. Дійсно, за часів війни, і особливо в повоєнний період, всі без виключення регіони країни мають цілу низку складних і невирішених соціальних та екологічних проблем, розв'язати які без безпосереднього залучення ресурсів, зв'язків і можливостей представників ділового середовища регіону, і, в першу чергу, великого бізнесу, майже неможливо через суттєву обмеженість ресурсів, що знаходяться в розпорядженні громад регіону. Тому докладання зусиль до поширення в регіоні соціально відповідальної поведінки представників ділового

середовища має стати умовою досягнення синергетичного ефекту від зусиль всіх стейкхолдерів у справі виведення економіки області з кризового стану та поступового досягнення тенденцій сталого розвитку.

Що ж стосується спрямованості стратегій регіонального розвитку на досягнення Цілей сталого розвитку, то тут маємо констатувати, що всі без виключення області України у власних стратегіях приділяють увагу різним аспектам сталого розвитку, які є найбільш проблемними або перспективними для стратегічного розвитку регіону. При цьому в половині стратегій розміщено результати самоаналізу відповідності цілей, проголошених в стратегії, Цілям сталого розвитку (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Оцінювання відповідності цілей, проголошених в стратегіях регіонального розвитку областей України на період 2021-2027 рр., Цілям сталого розвитку

Область України	Проведення самоаналізу щодо узгодженості цілей стратегії з Цілями сталого розвитку	
	наявність	результати проведеного самоаналізу
1	2	3
Вінницька	-	Відсутні
Волинська	+	Найбільшою мірою цілі стратегії корелюються з Ціллю 17. Партнерство заради сталого розвитку, Ціллю 3. Міцне здоров'я і благополуччя та Ціллю 6. Чиста вода та належні санітарні умови. Стратегія не дозволить досягти Цілі 14. Збереження морських ресурсів
Дніпропетровська	-	Відсутні
Донецька	+	Найбільшою мірою цілі стратегії корелюються з Ціллю 10. Скорочення нерівності та Ціллю 11. Сталий розвиток міст і громад. Стратегія не дозволить досягти Цілі 2. Подолання голоду, розвиток сільського господарства
Житомирська	-	Відсутні
Закарпатська	-	Відсутні
Запорізька	-	Відсутні
Івано-Франківська	+	Найбільшою мірою цілі стратегії корелюються з Ціллю 1. Подолання бідності та Ціллю 17. Партнерство заради сталого розвитку. Стратегія не дозволить досягти Цілі 14. Збереження морських ресурсів
Київська	-	Відсутні
Кіровоградська	+	Найбільшою мірою цілі стратегії корелюються з Ціллю 4. Якісна освіта, Ціллю 5. Гендерна рівність, Ціллю 6. Чиста вода та належні санітарні умови, Ціллю 9. Промисловість, інновації та інфраструктура, Ціллю 11. Сталий розвиток міст і громад та Ціллю 12. Відповідальне споживання

Продовження табл. 2.7

1	2	3
		та виробництво. Стратегія не дозволить досягти Цілі 14. Збереження морських ресурсів
Луганська	+	Найбільшою мірою цілі стратегії корелюються з Ціллю 5. Гендерна рівність. Стратегія не дозволить досягти Цілі 14. Збереження морських ресурсів та Цілі 17. Партнерство заради сталого розвитку
Львівська	+	Найбільшою мірою цілі стратегії корелюються з Ціллю 3. Міцне здоров'я і благополуччя та Ціллю 11. Сталий розвиток міст і громад. Стратегія не дозволить досягти Цілі 14. Збереження морських ресурсів
Миколаївська	+	Найбільшою мірою цілі стратегії корелюються з Ціллю 11. Сталий розвиток міст і громад та Ціллю 15. Захист та відновлення екосистеми суші. Стратегія не дозволить досягти Цілі 14. Збереження морських ресурсів
Одеська	-	Відсутні
Полтавська	-	Відсутні
Рівненська	+	Найбільшою мірою цілі стратегії корелюються з Ціллю 8. Гідна праця та економічне зростання й Ціллю 9. Промисловість, інновації та інфраструктура. Стратегія не дозволить досягти Цілі 14. Збереження морських ресурсів
Сумська	-	Відсутні
Тернопільська	-	Відсутні
Харківська	+	Найбільшою мірою цілі стратегії корелюються з Ціллю 11. Сталий розвиток міст і громад, Ціллю 8. Гідна праця та економічне зростання й Ціллю 9. Промисловість, інновації та інфраструктура. Стратегія дозволяє досягти всіх Цілей сталого розвитку
Херсонська	+	Найбільшою мірою цілі стратегії корелюються з Ціллю 9. Промисловість, інновації та інфраструктура й Ціллю 17. Партнерство заради сталого розвитку. Стратегія дозволяє досягти всіх Цілей сталого розвитку
Хмельницька	-	Відсутні
Черкаська	+	Найбільшою мірою цілі стратегії корелюються з Ціллю 1. Подолання бідності, Ціллю 3. Міцне здоров'я і благополуччя, Ціллю 8. Гідна праця та економічне зростання, Ціллю 9. Промисловість, інновації та інфраструктура, Ціллю 10. Скорочення нерівності, Ціллю 11. Сталий розвиток міст і громад та Ціллю 17. Партнерство заради сталого розвитку. Стратегія не дозволить досягти Цілі 14. Збереження морських ресурсів
Чернівецька	-	Відсутні
Чернігівська	+	Найбільшою мірою цілі стратегії корелюються з Ціллю 11. Сталий розвиток міст і громад та Ціллю 9. Промисловість, інновації та інфраструктура. Стратегія не дозволить досягти Цілі 14. Збереження морських ресурсів

Джерело: складено автором на основі [125-148]

Проведений аналіз дозволяє зробити висновок, що на регіональному рівні в Україні всі сімнадцять Цілей сталого розвитку лежать у фокусі уваги органів регіональної влади, розробляються заходи, спрямовані на досягнення окремо кожної Цілі сталого розвитку та загалом побудови економіки сталого типу на регіональному та національному рівнях. Підтвердженням цієї думки є той факт, що органи регіональної влади Чернігівської області навіть назвали свою стратегію – Стратегія сталого розвитку Чернігівської області на період 2021-2027 рр. [148]. При цьому переважна більшість областей приділяє найбільшу увагу реалізації на практиці двох Цілей сталого розвитку – Цілі 9. Промисловість, інновації та інфраструктура й Цілі 11. Сталий розвиток міст і громад. Натомість, в силу географічних особливостей розташування українських регіонів, більшість територій не має реальних можливостей для того, щоб докладати зусилля для реалізації Цілі 14. Збереження морських ресурсів. Отже можемо констатувати, що органи регіональної влади України вбачають досягнення Цілей сталого розвитку як один з визначальних пріоритетів побудови конкурентоспроможної економіки в середньо- та довгостроковій перспективі. Разом з тим, для того, щоб забезпечити закріплення на практиці обраного фокусу руху на сталий розвиток регіональної економіки та досягнення на цьому шляху конкретних позитивних змін, важливо на рівні стратегії розвитку регіону та плану її реалізації закладати дієві важелі впливу. Одним з таких важелів слід розглядати всебічну підтримку функціонування соціально налаштованих представників бізнесу регіону, так як від того, наскільки соціально відповідальною буде їх виробничо-господарська діяльність, будуть залежати можливості реалізації на території регіону Цілей сталого розвитку.

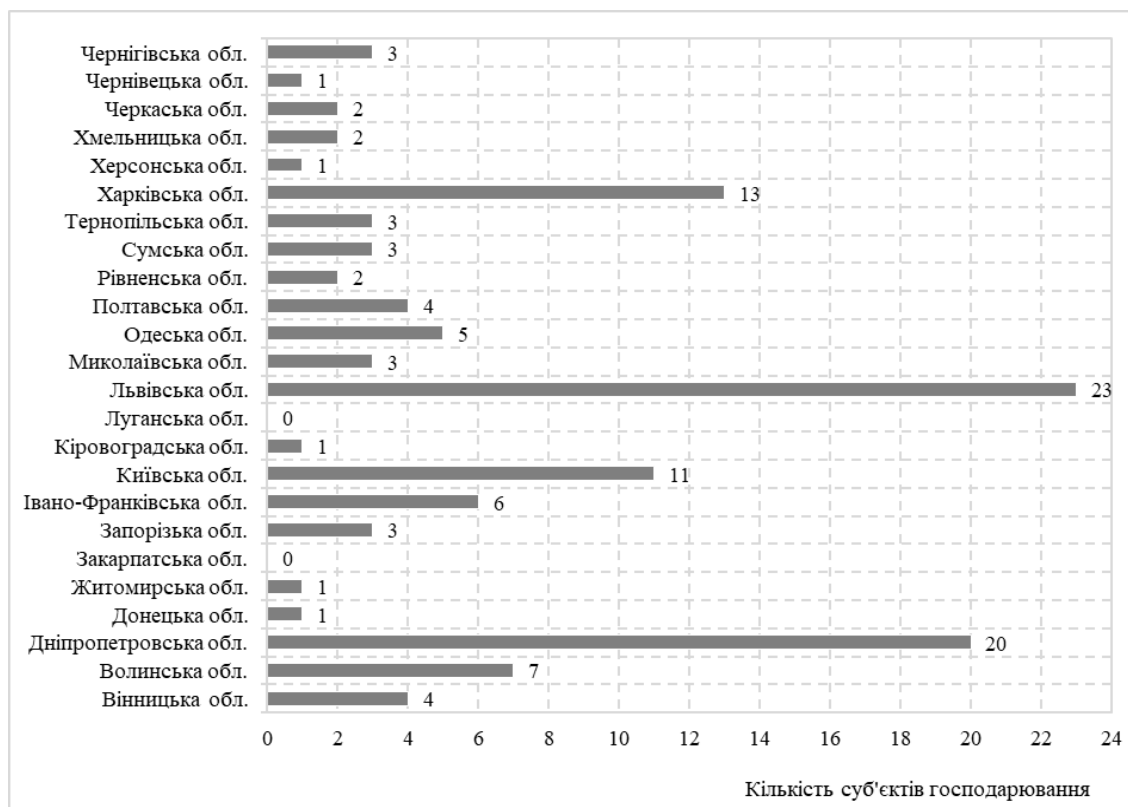
Для того, щоб в повоєнний період реалізувати на рівні регіонів України всі проголошені стратегічні й оперативні цілі та досягти на цьому підґрунті стабільних тенденцій сталого розвитку, в країні має бути створеним сприятливий клімат для функціонування соціально відповідальних представників ділового середовища регіонів, тобто для збільшення кількості представників бізнесу, які мають статус соціально відповідальних суб'єктів господарювання. Щоб мати

можливість оцінювати динаміку, необхідно оперувати достовірними статистичними даними, проте в Україні на даний момент ще не велось офіційної статистики щодо числа та динаміки соціально відповідальних суб'єктів господарювання, що також є красномовним свідченням відсутності цілеспрямованої державної та регіональної політики сприяння поширенню та розвитку руху соціальної відповідальності серед представників ділового середовища. Водночас, за оцінками фахівців CSR Ukraine, проведеними в довоєнному 2018 р., в Україні лише 13,0% суб'єктів господарювання розробляли та оприлюднювали на власних сайтах нефінансові звіти і тому їх діяльність на той момент вважалася соціально відповідальною [197].

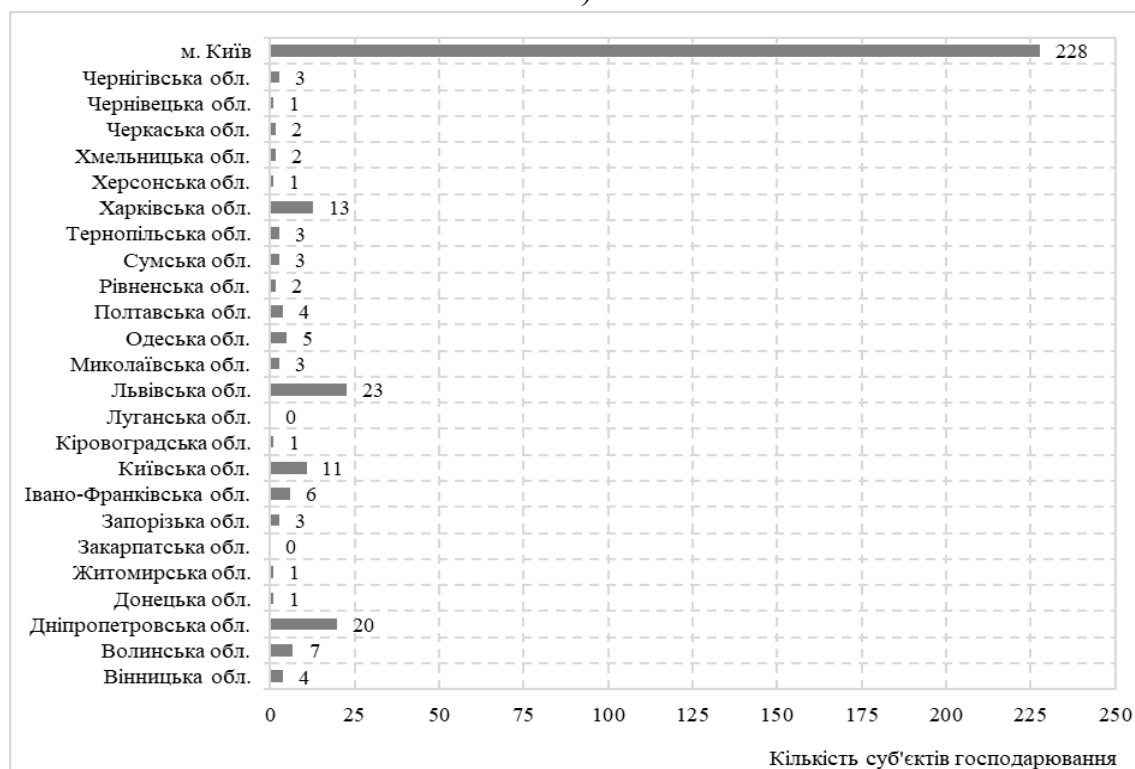
Проте сьогодні в Україні йде війна – несправедлива, жорстока, кровава, руйнівна. Війна принесла суттєві зміни в усі сфери життя українців, трансформувала діяльність влади, бізнесу. Війна докорінно змінила акценти та орієнтири в житті українського народу – зміни відбулися як для простих пересічних громадян, так і для власників великого бізнесу. В результаті цих трансформацій суттєво змінилося і розуміння того, що для сучасного етапу розвитку економіки України доцільно вважати проявами соціально відповідальної поведінки бізнесу. В умовах війни український бізнес, незалежно від того, чи оприлюднював він до цього моменту нефінансові звіти про свою діяльність, почав діяти не лише в контурах традиційних соціальних зобов'язань, а й суттєво розширив межі власної участі в таких важливих для сучасного етапу розвитку України діях, як повернення українських територій та збереження суверенітету країни. Як ми докладно розглянули в підрозділі 2.1, український бізнес в третю кризову хвилю останніх років взяв на себе роль активного учасника процесів забезпечення і підтримки стійкості українського суспільства, держави та економіки. Фокус соціальної відповідальності при цьому змістився з суто соціальних та екологічних локальних проєктів у бік підтримки національної безпеки та обороноздатності через допомогу збройним силам України, надання ресурсів для захисту територій країни та відновлення зруйнованої критичної інфраструктури регіонів, організації евакуації і розміщення населення з

постраждалих територій тощо. Протягом всього періоду повномасштабного вторгнення українські суб'єкти господарювання спрямовують значну частину своїх прибутків на закупівлю техніки, медичних засобів, гуманітарну допомогу. Разом з тим, український бізнес докладає значних зусиль і для підтримки власної діяльності задля здійснення більшого внеску в економіку регіону, збереження робочих місць і працевлаштування внутрішньо переміщених осіб, насичення споживчого ринку країни українськими товарами тощо. Для цього українські суб'єкти господарювання, які розташовано у відносно безпечних регіонах країни, через війну вимушені змінювати вже багато років як налагоджену логістику, переорієнтовувати експорт і адаптувати свою виробничо-господарську діяльність до нових умов і особливостей ведення бізнесу, щоб забезпечити доступ до товарів і послуг. Ті ж суб'єкти господарювання, які до війни функціонували на окупованих або небезпечних територіях були змушені робити важкий вибір – або припиняти свою діяльність, або робити релокацію бізнесу. Трансформувалася також і екологічна складова соціальної відповідальності. Під час війни український бізнес спрямовує значні ресурси на ліквідацію екологічних наслідків військових дій, зокрема забруднення земель, води, повітря. Отже, під час війни зміст соціальної відповідальності бізнесу виходить за межі традиційного розуміння, на яке орієнтуються розвинені країни світу. Сьогодні український бізнес докладає значних зусиль у напрямі підтримки національної безпеки, захисту населення, досягнення індикаторів економічної стабільності й сприяння відбудові економіки регіонів країни в повоєнний період.

За відсутності актуальної офіційної статистичної інформації щодо регіонального розподілу соціально відповідальних суб'єктів господарювання, скористаємося даними, отриманими фахівцями CSR Ukraine на основі анкетування суб'єктів господарювання, які функціонують в правовому полі України, щодо їх безпосереднього внеску в подолання ризиків і загроз, які принесла в Україну РФ через повномасштабний військовий напад у лютому 2022 р. (Додаток В, табл. В.1-В.3) [47]. Оброблена і систематизована нами інформація, наведена у Додатку Д, табл. Д.1, дозволила побудувати рис. 2.11.



а)



б)

Рис. 2.11. Регіональний розподіл числа представників українського бізнесу (а), які під час повномасштабного вторгнення рф на територію України роблять внесок в перемогу України та порівняння з числом задіяних у цих процесах суб'єктів господарювання м. Києва (б), як прояв соціальної відповідальності

Джерело: складено автором на основі [47]

Аналіз отриманих даних дозволив зробити висновок, що серед областей України три регіони являються лідерами в реалізації різних аспектів проявів соціальної відповідальності бізнесу під час війни. Так, найбільше число суб'єктів господарювання, які зайняли проактивну соціально відповідальну позицію, протягом всього періоду повномасштабного вторгнення було характерне для Львівської області – 23 суб'єкта господарювання, Дніпропетровської області – 20 суб'єктів господарювання та Харківської області – 13 суб'єктів господарювання [47]. Результати анкетування не висвітили представників бізнесу, які брали активну участь у подоланні наслідків війни і мали територіальне походження з Закарпатської та Луганської областей. Проте категорично не можна робити висновок про те, що бізнес з цих двох регіонів є неактивним і не соціально відповідальним. Можемо лише зробити припущення, що не всі суб'єкти господарювання прагнуть добровільно висвітлювати власні добрі вчинки, інформувати суспільство про зроблені справи щодо допомоги, тим більше, що війна ще не закінчилася і ворог проводить активну інформаційну кампанію проти України та країн, що нам допомагають.

За нашими оцінками найбільша кількість соціально відповідальних суб'єктів господарювання за часів війни була характерною для м. Києва – 228 підприємств та організацій, що в десять разів перевищує кількість соціально відповідальних суб'єктів господарювання, що представляють лідерську Львівську область. Водночас слід зазначити, що під час проведення дослідження суб'єкти господарювання були віднесені нами до певної області по місту, в якому розташовано головний офіс компанії. Проте, враховуючи той факт, що серед проаналізованих представників соціально відповідального бізнесу присутні потужні мережеві компанії, зареєстровані в м. Києві, а діяльність яких ведеться у всіх регіонах країни, і регіональні відділення також надають суттєву допомогу, то розподіл за областями носить більше узагальнюючий характер і може бути використаним виключно як орієнтовний показник для аналізу територіального охоплення соціально відповідальних ініціатив бізнесу, без деталізації реального обсягу допомоги, наданого тим чи іншим регіоном України.

Слід також акцентувати увагу на тому, що на даний момент в Україні найбільш соціально відповідальними видами економічної діяльності можна назвати ІТ-сферу (26,4% від загального числа суб'єктів господарювання, які оприлюднили власні кейси допомоги країні у захисті її територіальної цілісності та зменшенні негативних наслідків війни), сільське господарство (11,8%), готельно-ресторанну сферу (7,3%) і роздрібну торгівлю (7,3%), промисловість (5,4%) та логістику (4,8%) [47; 197]. Враховуючи той факт, що сьогодні в економічно розвинутому та стабільному світі ІТ-сфера виступає активатором майже всіх прогресивних рішень, які відбуваються в країнах, так як інформаційно-комунікаційні технології стають ключовим інструментом інновацій, оптимізації бізнес-процесів, модернізації виробництва та покращення рівня і якості життя населення, відіграючи важливу роль у розвитку економіки, освіти, медицини та державного управління, можемо констатувати, що і Україна тут не відхиляється від світових трендів.

Проведене дослідження дозволило зробити висновок, що в актуальних стратегіях регіонального розвитку в масштабі України практично відсутні інструменти, які б дозволили активізувати прояви соціально відповідально поведінки представниками бізнес середовища як сьогодні, так і в повоєнний період. Разом з тим, війна, яку проти України розв'язала РФ, стала потужним тригером для представників бізнесових кіл країни щодо здійснення різного роду заходів та акцій, спрямованих на надання всебічної допомоги армії, населенню, економіці країни. Саме тому вже сьогодні необхідно розробляти і впроваджувати дієві механізми підтримки соціально відповідального бізнесу, що дозволить прискорити темпи виведення регіональної економіки з кризового стану та намітити перспективи її переведення на принципи сталого розвитку.

У процесі написання другого розділу було використано джерела: [10; 14; 16; 21-34; 40; 43; 46; 47; 50; 51; 60; 62; 67; 84; 88; 89; 93; 95; 101-105; 109; 111; 115-118; 125-148; 152; 153; 156; 161-163; 167; 179; 196; 197; 212; 218-221; 251; 264; 277; 278; 293; 294; 308; 310; 311; 313; 314].

Основні положення розділу, результати дослідження і висновки опубліковано у наукових працях автора [63; 68; 72; 75; 77; 80].

РОЗДІЛ 3

МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ З МЕТОЮ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

3.1. Обґрунтування напрямів реалізації суб'єктами господарювання регіону соціально відповідальної поведінки в межах Цілей сталого розвитку

Спираючись на досвід функціонування економічної та соціальної сфер України протягом перших двадцяти двох років незалежності, що пройшли з моменту набуття країною суверенітету та до безпосереднього руйнівного удару першої хвилі негативного зовнішнього впливу 2014 р. (тобто період 1991-2013 рр.), можна зі всією впевненістю стверджувати, що досягти очікуваної результативності від жодної державної ініціативи в межах соціально-економічної політики (наприклад, документи такого типу, як державна політика у сфері сприяння розвитку, економічні програми розвитку, цільові соціальні програми розвитку, концепції державної політики щодо розвитку, концепції підтримки та сприяння розвитку, концепції реформування, стратегії сталого розвитку, стратегії регіонального розвитку тощо) [35] функціонування регіону і країни за різними аспектами та напрямками реалізації у повній мірі неможливо, якщо в основу її не буде покладено інтереси бізнесу та дієві заходи з мотивації активної участі суб'єктів господарювання у втіленні у життя таких проєктів. На державному та регіональному рівнях за цей час таких програм і концепцій було прийнято велику кількість, проте носили вони здебільшого декларативний характер і тому досягти помітних соціальних й економічних зрушень в Україні як на рівні окремого регіону, так і країни в цілому не вдалося. Навпаки, протягом цього періоду загострювалися кризові явища, що в результаті сприяло прояву таких негативних наслідків як посилення темпів депопуляції населення, зростання бідності та соціальної незахищеності населення, збільшення рівня захворюваності та скорочення середньої тривалості життя населення, падіння темпів зростання ВРП

та ВВП, інфляція, екологічні проблеми тощо. У більшості випадків можливо було запобігти або суттєво скоротити прояви негативних наслідків та значно покращити соціально-економічну ситуацію в регіонах країни, якщо б було створено дієвий механізм взаємодії влади з бізнесом, активізовано важилі з мотивації керівництва суб'єктів господарювання до розуміння ними важливості переведення діяльності в площину соціальної відповідальності. Програм такого спрямування у той час реалізовано не було і навіть таке питання не виносилося на порядок денний, в наслідок чого бізнес здебільшого характеризувався інертністю до соціально-економічних проблем суспільства. Ось чому хоча б наблизитися до виконання Цілей сталого розвитку в Україні протягом перших двадцяти двох років незалежності країни було завданням, яке майже неможливо було виконати.

Починаючи з 2014 р. економіка України підверглася трьом потужним зовнішнім негативним впливам, пов'язаним з різними масштабами військової агресії РФ та пандемією COVID-19, які одночасно спонукали бурхливу соціально відповідальну реакцію українського бізнесу, що була реалізованою в різних проявах залежно від поточної необхідності – від гуманітарної допомоги і до допомози армії [179; 314], що детально було проаналізовано в підрозділі 2.1. Ця реакція у кожному епізоді була викликана гострою фазою кризи і очікувати, що вона протримається і по завершенні дії кризових явищ, скоріш за все, недоречно. Саме тому, з метою більш швидкого виведення економіки країни з кризового стану, мають бути розробленими контури соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання, орієнтація на які сьогодні та в повоєнний період дозволить збільшити вклад бізнесу у відновлення соціально-економічної сфери України та досягнення Цілей сталого розвитку.

Роль представників бізнес-середовища у досягненні Цілей сталого розвитку останніми роками дуже часто стає темою досліджень українських науковців, оскільки саме ця тематика сьогодні має високий потенціал як з теоретичного, так і з практичного боків. При цьому, науковці акцентують увагу на важливості різних аспектів соціально відповідальної поведінки бізнесу в умовах сталого розвитку. Так, П. Перерва, Л. Шаульська та Т. Кобелева обґрунтовують необхідність

відслідковування, моніторингу та вчасного реагування на ймовірні підприємницькі ризики бізнесу, що має стати основою досягнення ознак сталого розвитку території [98]. М. Руда наголошує на значущості проривних інновацій при створенні соціально ефективної моделі бізнесу [119]. С. Цевух доводить доцільність закладання в основу дієвої бізнес-моделі сучасності принцип циркулярності як умову досягнення вимог сталого розвитку [157]. А. Нагієва в якості основного інструменту сталого розвитку розглядає зелений маркетинг [86]. О. Другова наголошує на необхідності активізації такого інструменту реалізації Цілей сталого розвитку, як соціальне підприємництво [18]. Ведуться також дослідження більш комплексного характеру, в яких науковці здійснюють пошук відповідей на питання стосовно того, як соціально відповідальна поведінка суб'єктів господарювання регіону пришвидшує досягнення тенденцій сталого розвитку території і що це дозволяє в кінцевому рахунку отримати бізнесу. Саме до такої групи досліджень слід віднести праці А. Гречко, О. Захарової, О. Очеретяна, Г. Сиротюк, О. Шульги [12; 41; 122]. Не зважаючи на досить інтенсивні дослідження, які ведуть українські науковці останніми роками в межах обраної нами тематики, залишається не до кінця розкритим питання щодо обґрунтування потенційних напрямів реалізації суб'єктами господарювання соціально відповідальної поведінки в межах кожної Цілі сталого розвитку, реалізація яких на практиці має стати умовою соціально-економічного, екологічного й демократичного оздоровлення українського суспільства.

Залежно від соціально-економічного розвитку країни, рівня прибутковості й ступеня фінансової свободи безпосереднього представника ділового середовища регіону спектр потенційно можливих ініціатив соціального характеру, який він може застосувати на практиці, реалізуючи власну потребу у соціальній відповідальності, може бути доволі широким та різномірним. Проте, орієнтуючись на критерії об'єктивності, доцільності, економічності та враховуючи наше прагнення встановити лише потенційні контури соціально відповідальних ініціатив представників бізнесу, зупинимося на тих основних проявах соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання, які найбільшим чином

сприяють досягненню Цілей сталого розвитку та оздоровленню економіки регіону. При цьому слід акцентувати увагу на тому, що роль суб'єктів господарювання в реалізації кожної з сімнадцяти Цілей сталого розвитку [11] як в межах регіону або країни, так і в межах планети в цілому, є ключовою та визначальною. Особливо це є актуальним для економіки України, яка сьогодні вимушено перебуває у стані війни і в повоєнний період буде потреба в суттєвому відновленні всіх аспектів функціонування держави на нових засадах, орієнтованих на сталий розвиток.

Загальносвітові зусилля у справі боротьби з бідністю (Ціль 1. Подолання бідності – No poverty) виступають важливою умовою досягнення принципів соціальної справедливості й гідності людини, економічного процвітання й гідної якості життя та добробуту населення, глобальної стабільності, розвитку людського капіталу та захисту довкілля, що робить цей процес пріоритетом для усього світу [79; 99; 123; 161]. Суб'єкти господарювання регіону мають широкий арсенал інструментів та можливостей для активного долучення до боротьби з бідністю через різні соціальні, економічні, політичні та екологічні ініціативи, які вони реалізують як в межах території функціонування своїх виробничих потужностей, так і в країні або світі в цілому.

Основні й найбільш використовувані напрями участі бізнесу в реалізації першої Цілі наведено на рис. 3.1 [74].

Отже, зусилля бізнесу у боротьбі з бідністю мають бути спрямовані на створення нових робочих місць, підтримку малого та середнього бізнесу, активізацію проєктів соціальної спрямованості в межах власної політики соціальної відповідальності та інвестиції в соціальну інфраструктуру регіону.

Загальносвітові зусилля у справі боротьби з голодом (Ціль 2. Подолання голоду – Zero hunger) виступають ключовою умовою виконання базових прав людини, збереження життя та здоров'я населення, нагромадження людського капіталу, забезпечення тенденцій соціально-економічного та сталого розвитку території, досягнення соціальної стабільності й зменшення числа конфліктів [79; 99; 233]. Ключовим фактором реалізації Цілі виступає досягнутий рівень розвитку

аграрного сектору економіки як окремої країни, так і світу в цілому. З цією метою бізнесу важливо докладати зусиль до запровадження інноваційних технологій в аграрний сектор, що б дозволило підвищити рівень продуктивності праці, зберегти екосистему і поступово нарощувати якість сільськогосподарської продукції.

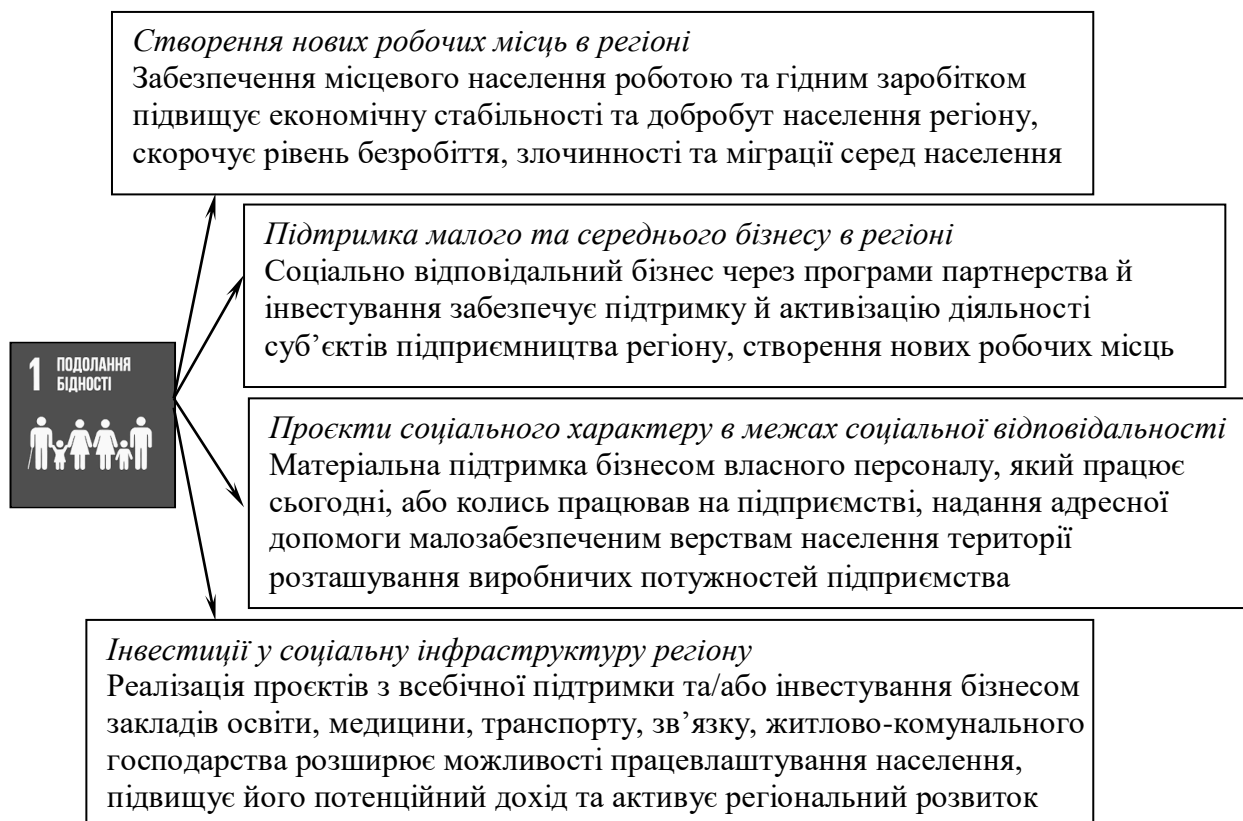


Рис. 3.1. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання задля реалізації Цілі 1. Подолання бідності

Джерело: складено автором

Основні, найбільш дієві та використовувані напрями участі бізнесу в реалізації другої Цілі наведено у Додатку Е, рис. Е.1.

Отже, основні зусилля представників ділового середовища у справі подолання голоду можуть бути спрямованими на зростання результативності функціонування аграрного сектору в регіоні, інвестування у підвищення якості освіти та професійної підготовки персоналу для аграрної сфери регіону та комплексного розвитку сільських територій регіону і країни.

Цілями загальносвітових зусиль, спрямованих на підвищення рівня здоров'я

та благополуччя населення (Ціль 3. Міцне здоров'я і благополуччя – Good health and well-being) виступають зменшення ймовірності поширення найбільш загрозливих захворювань (що особливо є актуальним у світлі пережитої світом пандемії COVID-19), підвищення якості життя людини, досягнення соціальної стабільності та скорочення нерівності в суспільстві, зменшення економічних витрат країн, підтримка економічного зростання та розвиток людського потенціалу території, збільшення продуктивності й ефективності виробничих процесів, зміцнення суспільних зв'язків і соціального капіталу [79; 99; 123; 251].

Для того, щоб підвищити ймовірність виконання цієї мети, в країні має бути цілеспрямовано поширеним культ здорового способу життя, закріпленими навички конструктивної турботи про власне здоров'я та благополуччя своїх близьких. Важливо також розвивати такі навички, як життєздатність, стресостійкість і психологічна гнучкість. Першочергово слід зосередити увагу на підвищенні якості підготовки представників медичних спеціальностей в регіоні з метою навчання їх мислити інноваційно, аналітично та критично, розробляти та застосовувати новітні і навіть проривні методи лікування, діагностики та профілактики захворювань. Основні, найбільш дієві та використовувані напрями участі бізнесу в реалізації третьої Цілі наведено на рис. 3.2.

Отже, основні зусилля представників бізнесу у справі забезпечення міцного здоров'я та благополуччя людини мають бути сконцентрованими на інвестуванні у підвищення якості послуг у сфері охорони здоров'я, реалізацію соціальних ініціатив з підтримки здоров'я в межах соціальної відповідальності бізнесу та розробку інноваційних рішень для сфери охорони здоров'я.

Загальносвітові зусилля у справі підвищення якості освіти (Ціль 4. Якісна освіта – Quality education) виступають ключовою умовою формування критичного мислення та громадянської свідомості у населення, покращення здоров'я та благополуччя, досягнення гендерної рівності, подолання бідності та нерівності, забезпечення сталого економічного зростання, нагромадження людського капіталу, сприяння інноваціям і науковому прогресу, зменшення соціальних конфліктів, захисту довкілля [79; 99; 121; 212].

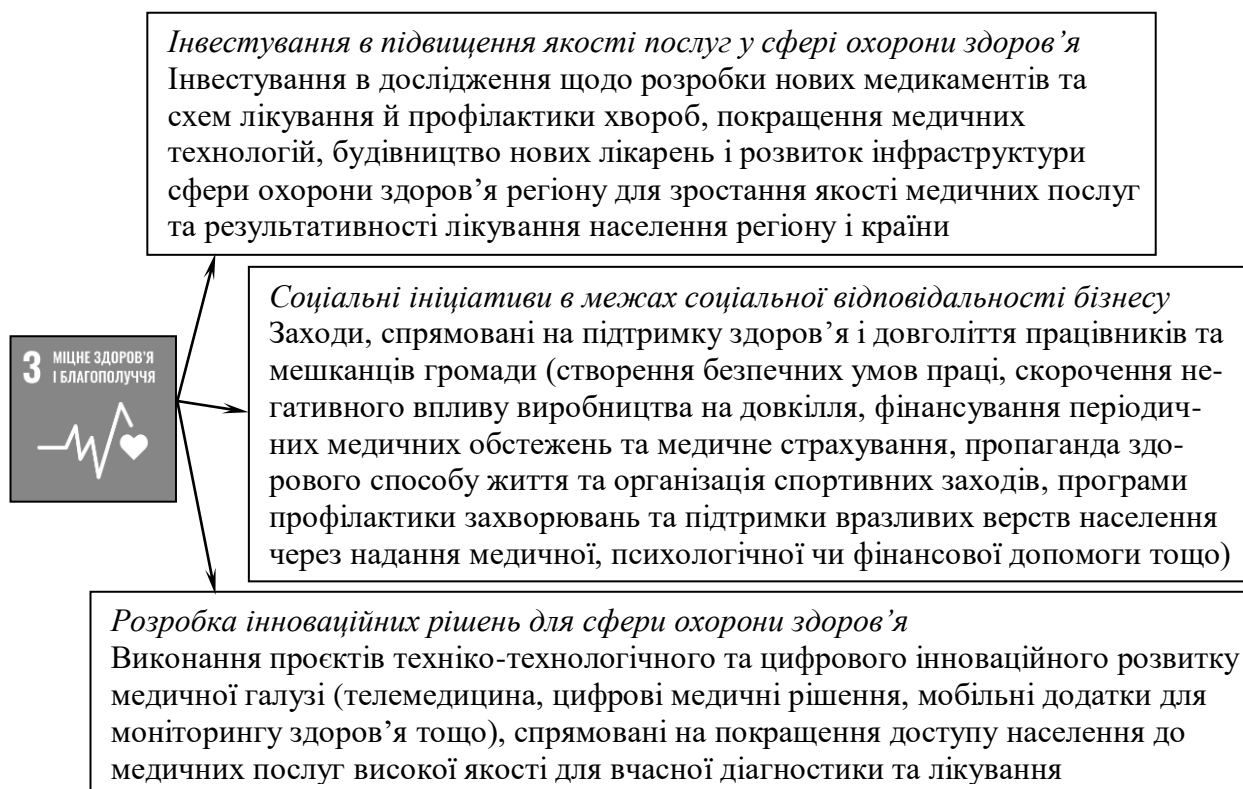


Рис. 3.2. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання задля реалізації Цілі 3. Міцне здоров'я і благополуччя

Джерело: складено автором

Основні, найбільш дієві та використовувані напрями участі бізнесу в реалізації четвертої Цілі наведено на рис. 3.3.

Критерієм якості освіти на різних її рівнях має стати надання слухачам всіх вікових груп та подальше закріплення на практиці тих ключових навичок майбутнього, які дозволять максимально досягти країною цілей сталого розвитку та наблизитися до побудови Industry 4.0. Забезпечити виконання цього критерію буде можливо на тому підґрунті, що викладачі та вчителі будуть самі результативно демонструвати навички наукової діяльності та інноваційної праці. Важливими навичками мають також стати здатність до активного навчання протягом всього життя та аналітичне мислення.

Отже, основні зусилля представників ділового середовища у справі підвищення якості освіти в регіоні і країні мають бути спрямованими на забезпечення достатнього рівня якості загальної середньої та профільної освіти в регіоні, нагромадження людського капіталу на підприємстві та проведення

спільних наукових досліджень інноваційного характеру разом з представниками закладів вищої освіти регіону.

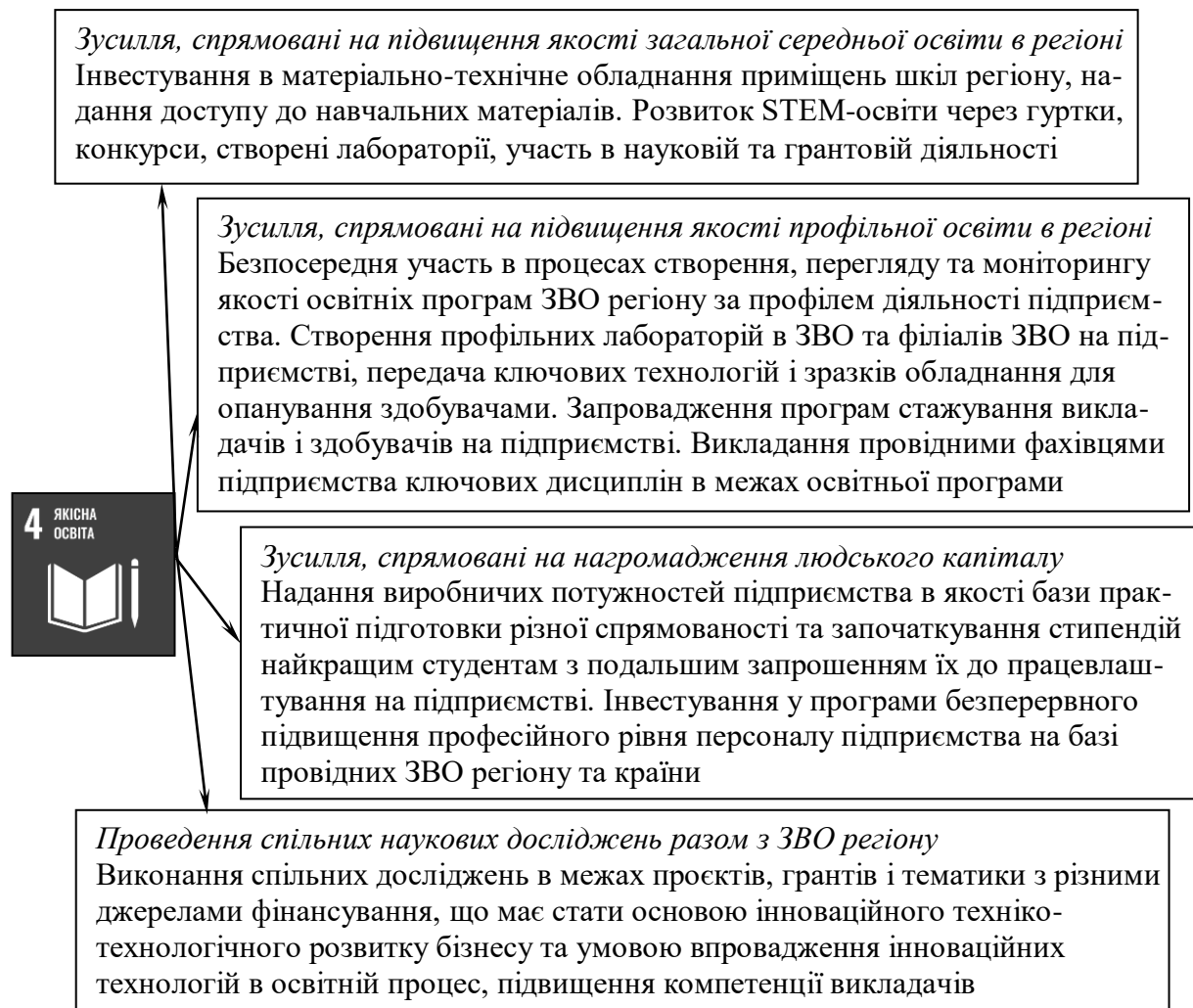


Рис. 3.3. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання задля реалізації Цілі 4. Якісна освіта

Джерело: складено автором

Загальноосвітні зусилля у справі забезпечення гендерної рівності (Ціль 5. Гендерна рівність – Gender Equality) виступають ключовою умовою досягнення справедливості та захисту прав людини, запобігання гендерного насильства, зниження бідності, зміцнення здоров'я та добробуту населення, підвищення якості прийняття управлінських рішень, нагромадження людського капіталу, економічного, інклюзивного та сталого розвитку суспільства [12; 99; 214; 122]. На особистісному рівні наблизитися до виконання цієї Цілі дозволить одночасний розвиток як у жінок, так і у чоловіків таких важливих навичок, як лідерство,

комунікабельність, здатність до роботи в команді, психологічна стійкість, креативність, самомотивація, прагнення досягти поставленої мети [315]. На організаційному рівні для реалізації Цілі важливим є чітке розуміння керівництвом підприємства необхідності впровадження політики гендерної рівності у всі сфери діяльності.

Основні, найбільш дієві та використовувані напрями участі бізнесу в реалізації п'ятої Цілі наведено у Додатку Е, рис. Е.2.

Отже, основні зусилля представників ділового середовища у справі забезпечення гендерної рівності мають включати ініціативи щодо створення рівних можливостей у сфері праці в межах підприємства, допомогу жінкам у бізнесі та підприємництві в регіоні та підтримку балансу між роботою і особистим життям для всіх без виключення працівників підприємства.

Загальносвітові зусилля у справі забезпечення населення планети чистою водою та гідними санітарними умовами життя (Ціль 6. Чиста вода та належні санітарні умови – Clean water and sanitation) виступають підґрунтям процесів збереження здоров'я людини та запобігання захворюванням, підтримки здоров'я та гігієни в умовах криз, покращення якості життя та добробуту людини, забезпечення економічного розвитку території, захисту довкілля та запобігання конфліктам з-за доступу до обмежених водних ресурсів планети [99; 120; 255; 276].

На особистісному рівні буде сприяти реалізації даної мети наявність такої навички, як свідоме прагнення до раціонального та економного використання води в побуті та на виробництві. У професійній діяльності важливості набувають навички інноваційного управління процесами водопостачання, водовикористання та водовідведення задля досягнення їх ефективності. На організаційному рівні для реалізації даної цілі важливим є чітке розуміння керівництвом підприємства важливості створення умов для забезпечення власного персоналу, мешканців громади, на території якої розташовані його виробничі потужності, та регіону в цілому джерелами чистої води, докладання зусиль до запобігання негативного впливу виробничої діяльності на якість води в регіоні.

Основні, найбільш дієві та використовувані напрями участі бізнесу в

реалізації шостої Цілі наведено на рис. 3.4.

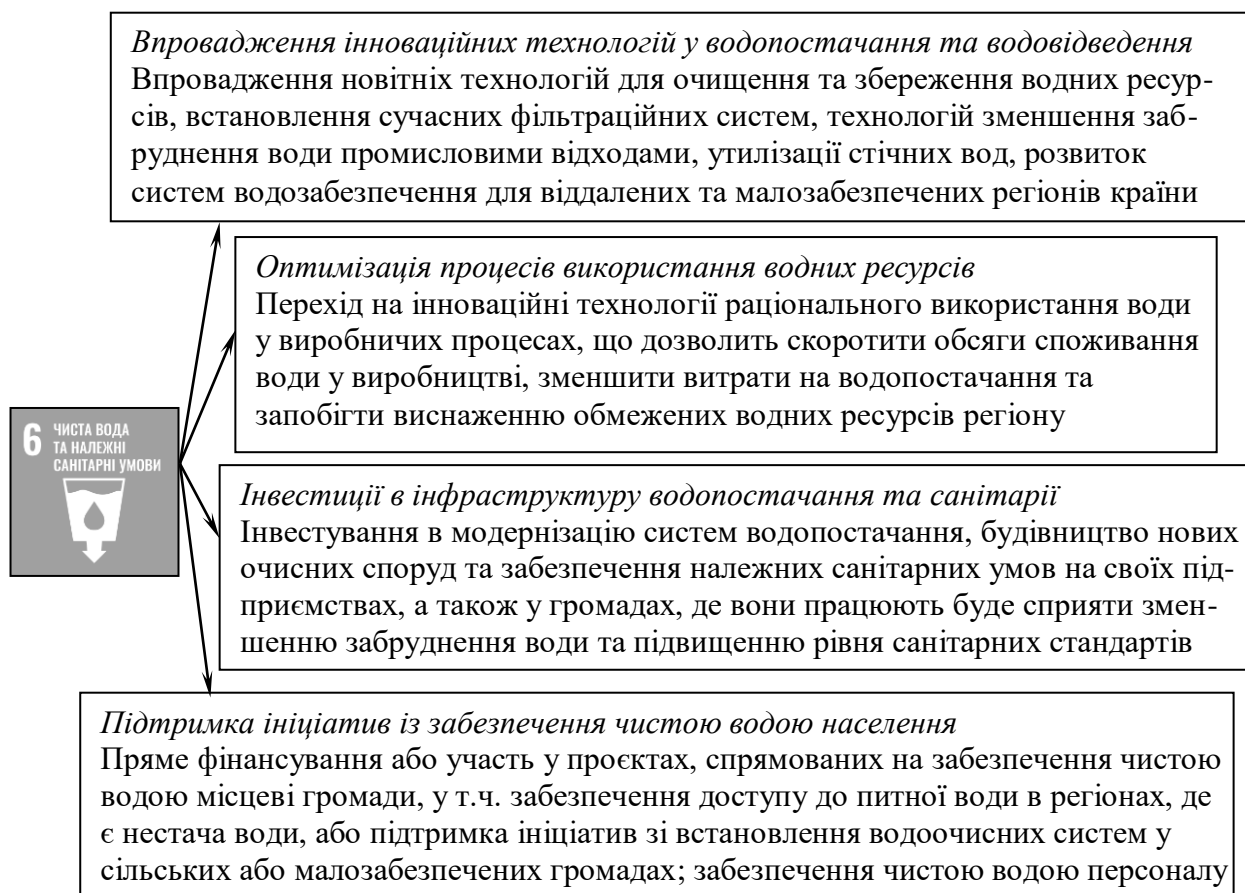


Рис. 3.4. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання задля реалізації

Цілі 6. Чиста вода та належні санітарні умови

Джерело: складено автором

Отже, основні зусилля представників ділового середовища регіону у справі забезпечення чистою водою та належними санітарними умовами мають включати ініціативи щодо впровадження інноваційних технологій у водопостачання та водовідведення, оптимізації використання водних ресурсів, інвестування в інфраструктуру водопостачання та санітарії, підтримки заходів із забезпечення чистою водою населення.

Загальносвітові зусилля у справі забезпечення населення планети доступною та чистою енергією (Ціль 7. Доступна та чиста енергія – Affordable and clean energy) виступають підґрунтям підвищення енергетичної безпеки території, забезпечення доступності енергії для всіх, зменшення рівня забруднення повітря і

покращення стану здоров'я людини, скорочення викидів парникових газів і зростання результативності боротьби зі зміною клімату, створення нових робочих місць і стимулювання інновацій, зменшення соціальної нерівності, захисту природних ресурсів і збереження біорізноманіття, підтримки технологічного прогресу [99; 120; 255; 276]. На особистісному рівні реалізації даної цілі буде сприяти наявність у людини навичок до енергоефективності та раціонального користування енергетичними ресурсами, їх щоденне застосування в побуті та професійній діяльності. На організаційному рівні для реалізації даної Цілі важливим є чітке розуміння керівництвом підприємства необхідності не лише максимально повного забезпечення власної діяльності достатніми обсягами енергетичних ресурсів, а й докладання зусиль до збільшення у цьому обсязі частки відновлювальних джерел.

Основні, найбільш дієві та використовувані напрями участі бізнесу в реалізації сьомої Цілі наведено на рис. 3.5.

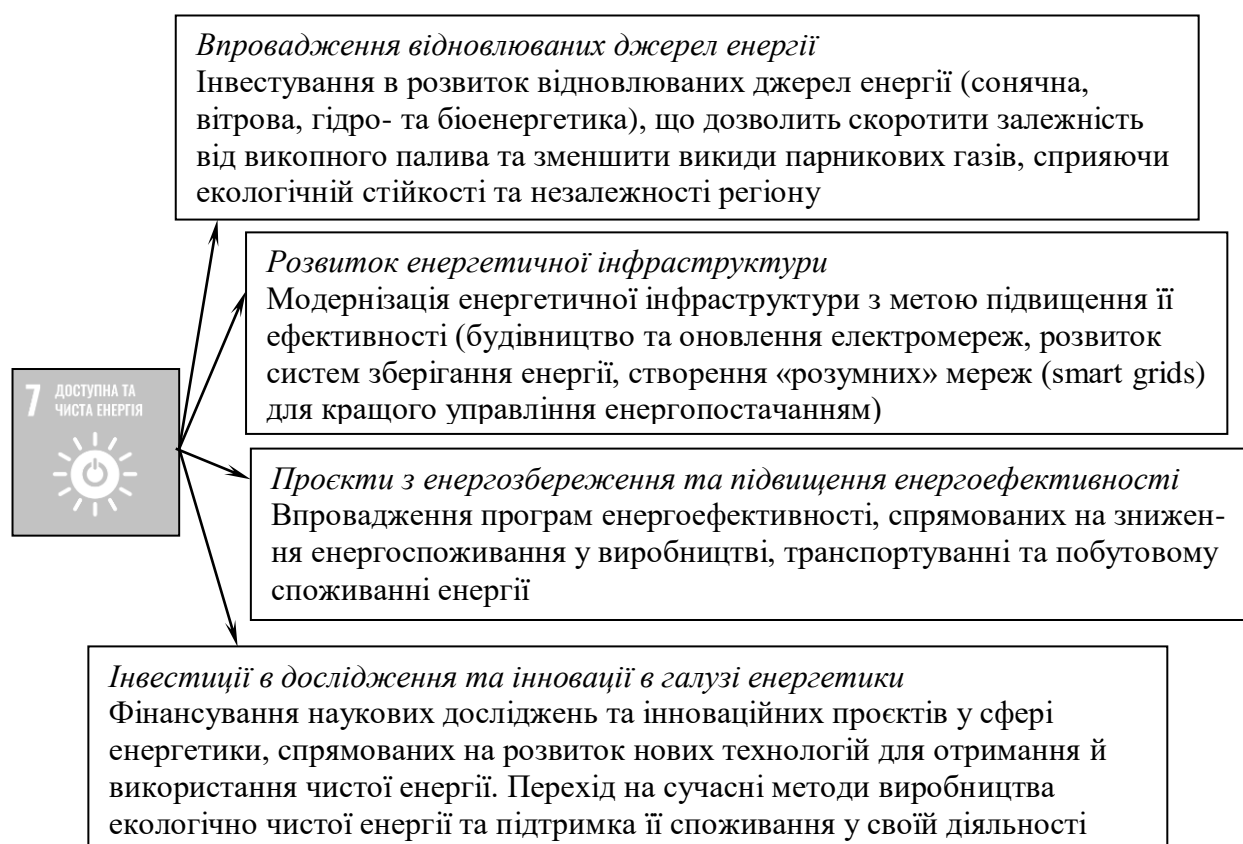


Рис. 3.5. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання задля реалізації Цілі 7. Доступна та чиста енергія

Джерело: складено автором

Отже, основні зусилля представників ділового середовища регіону у справі забезпечення доступною та чистою енергією мають спрямовуватися на реалізацію ініціатив щодо впровадження відновлюваних джерел енергії, розвитку енергетичної інфраструктури, участі у проєктах з енергозбереження та підвищення енергоефективності, інвестування у наукові дослідження та інновації в галузі енергетики.

Загальносвітові зусилля у справі забезпечення населення планети гідною працею, що має створити умови для економічного зростання території (Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання – Decent work and economic growth), виступають підґрунтям для підвищення якості життя людини, зменшення бідності, забезпечення прав людини, дотримання норм соціальної справедливості та зменшення нерівності в суспільстві [36; 99; 113]. До того ж, такі зусилля являються фактором підвищення продуктивності та забезпечення конкурентоспроможності території, сприяння інноваціям і розвитку технологій, а, отже, мають стимулюючий ефект щодо економічного зростання території.

Основою виконання Цілі на організаційному рівні має стати поширення серед населення навичок високопродуктивної креативної та інноваційної праці. При цьому керівництво підприємств має створити умови для людини щодо максимальної самореалізації потенціалу людського капіталу.

Основні, найбільш дієві та використовувані напрями участі бізнесу в реалізації восьмої Цілі наведено на рис. 3.6.

Отже, основні зусилля представників ділового середовища регіону у справі забезпечення умов для гідної праці та економічного зростання мають спрямовуватися на реалізацію ініціатив щодо забезпечення гідної оплати праці власному персоналу та безпечних і здорових умов праці, інвестування в професійний розвиток й підвищення кваліфікації працівників всіх професійно-кваліфікаційних рівнів та реалізацію принципу інклюзивності на робочих місцях.

Загальносвітові зусилля у справі забезпечення розвитку промисловості через інновації та інфраструктуру (Ціль 9. Промисловість, інновації та інфраструктура – Industry, innovation and infrastructure) виступають підґрунтям для зміцнення

конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, забезпечення соціального добробуту населення та економічної стійкості території, підтримки тенденцій нагромадження людського капіталу, інновацій та технологічного прогресу, зменшення регіональної нерівності й підвищення інвестиційної привабливості території. В межах цієї Цілі має найбільшим чином відбутися цифрова трансформація виробничих процесів у напрямі наближення їх змісту до Industry 4.0 [36; 41; 71; 99; 110; 113; 255]. Саме тому на організаційному рівні має здійснюватися процес стимулювання набуття фахівцем навичок до високопродуктивної креативної та інноваційної праці, проведення наукових досліджень, використання новітніх інструментів цифрової економіки задля підвищення рівня ефективності власної праці та нагромадження людського капіталу підприємством [315].

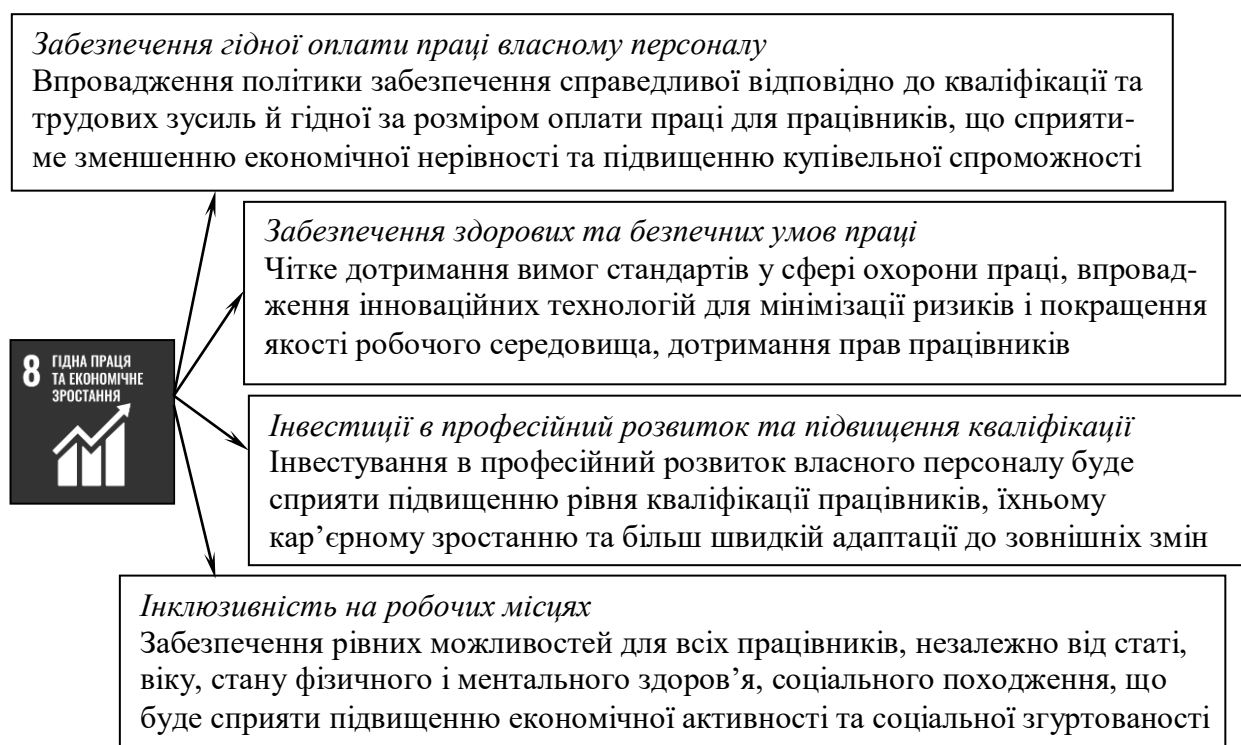


Рис. 3.6. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання задля реалізації Цілі 8. Гідна праця та економічне зростання

Джерело: складено автором

Основні, найбільш дієві та використовувані напрями участі бізнесу в

реалізації дев'ятої Цілі наведено на рис. 3.7.

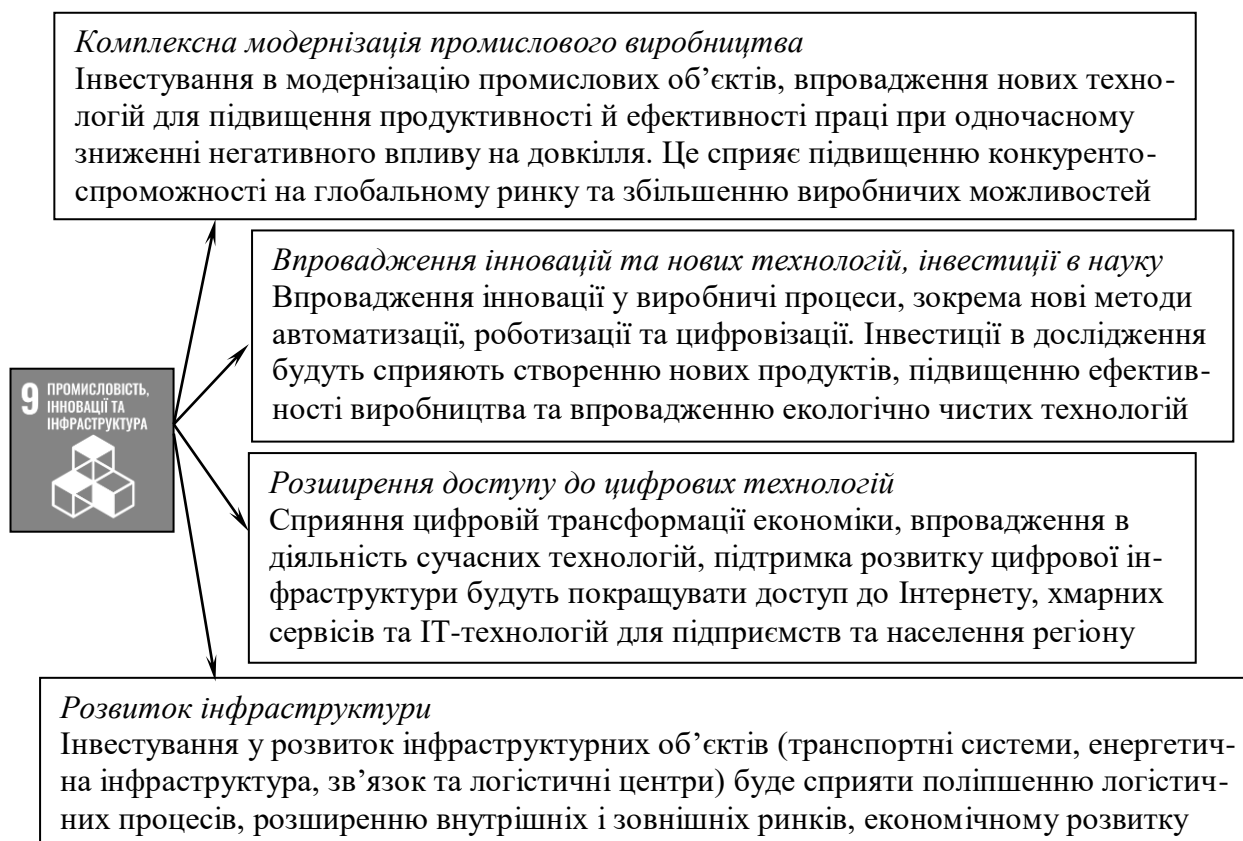


Рис. 3.7. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання задля реалізації Цілі 9. Промисловість, інновації та інфраструктура

Джерело: складено автором

Отже, основні зусилля представників ділового середовища регіону у справі розвитку промисловості, інновацій та інфраструктури мають спрямовуватися на реалізацію ініціатив щодо комплексної модернізації промислового виробництва, впровадження інновацій та нових технологій, інвестування в науку і дослідження, розширення доступу до цифрових технологій, розвиток інфраструктури.

Загальносвітові зусилля у справі запобігання нерівності на планеті (Ціль 10. Скорочення нерівності – Reduced inequalities) виступають підґрунтям для досягнення соціальної справедливості, стабільності та зменшення бідності у суспільстві, захисту прав людини і зменшення гендерної нерівності, підвищення економічного зростання, забезпечення доступу до якісної освіти та охорони

здоров'я, сприяння інклюзивному економічному розвитку, підвищення довіри до інституцій та зменшення міграційних криз [78; 99; 123]. Для України в повоєнний період буде дуже важливо забезпечити гідною роботою всіх осіб, що зазнали через війну різного роду травм і отримали інвалідність. Саме тому вже сьогодні на державному рівні мають створюватися програми формування за можливості у таких осіб ключових навичок майбутнього, щоб максимально їх залучити до активного професійного та суспільного життя.

Основні, найбільш дієві та використовувані напрями участі бізнесу в реалізації десятої Цілі наведено у Додатку Е, рис. Е.3.

Отже, основні зусилля представників ділового середовища регіону у справі скорочення нерівності мають бути спрямованими на реалізацію ініціатив щодо запровадження політики протидії всіх видів дискримінації на підприємстві, забезпечення доступу працівників до соціальних благ, підтримки жіночого підприємництва та рівності в бізнесі, добровільного взяття на себе зобов'язань щодо програм соціальної відповідальності бізнесу.

Загальносвітові зусилля у справі забезпечення сталого розвитку міст і громад (Ціль 11. Сталий розвиток міст і громад – Sustainable cities and communities) виступають підґрунтям для підвищення якості життя населення, доступу до доступного житла, дотримання норм соціальної справедливості та інклюзії, зменшення негативного впливу на довкілля, збереження культурної спадщини, покращення транспортної інфраструктури, підвищення стійкості території до змін клімату та стихійних лих, підвищення ефективності управління та планування розвитку громад, активізації темпів економічного зростання [17; 64; 96; 99].

На індивідуальному рівні підсилити виконання цієї Цілі в межах певної території можливо через активізацію у населення комунікативних навичок та мотивації їх до активної участі в житті громади, лідерства та соціальної включеності [315]. Важливими також будуть навички комплексного розв'язання проблем громади.

Основні, найбільш дієві та використовувані напрями участі бізнесу в реалізації одинадцятої Цілі наведено у Додатку Е, рис. Е.4.

Отже, основні зусилля представників ділового середовища регіону у справі забезпечення сталого розвитку міст і громад мають бути спрямованими на реалізацію ініціатив щодо сприяння впровадженню розумних технологій (smart city), інвестування в проєкти з утилізації та переробки відходів, участі в проєктах розвитку громадського простору та інфраструктури, надання підтримки місцевим громадам та реалізації культурних проєктів регіону.

Загальносвітові зусилля у справі відповідального споживання та виробництва (Ціль 12. Відповідальне споживання та виробництво – Responsible consumption and production) виступають підґрунтям для збереження природних ресурсів, зменшення відходів та забруднення навколишнього середовища, зниження викидів парникових газів та боротьби зі зміною клімату, підвищення ефективності використання природних ресурсів, стимулювання інновацій та розвитку нових технологій, зменшення соціальної нерівності та покращення умов праці, підвищення обізнаності та зміни споживчих звичок, сприяння розвитку циркулярної економіки [41; 48; 99; 113; 222; 255; 276]. На організаційному рівні підсилити виконання цієї Цілі можливо через розвиток навичок дбайливого ставлення людини до довкілля, сортування твердих побутових відходів, переходу на інноваційні технології ощадного споживання та виробництва.

Основні, найбільш дієві та використовувані напрями участі бізнесу в реалізації дванадцятої Цілі наведено у Додатку Е, рис. Е.5.

Отже, основні зусилля представників ділового середовища регіону у справі відповідального споживання та виробництва мають бути спрямованими на реалізацію ініціатив щодо впровадження екологічно чистих технологій у виробництво, оптимізації виробничих процесів та повторного використання ресурсів, інноваційного виробництва екологічно чистої продукції.

Загальносвітові зусилля у справі зменшення негативного впливу зміни клімату на життя людини (Ціль 13. Пом'якшення наслідків зміни клімату – Climate action) виступають підґрунтям для збереження екосистем і біорізноманіття, забезпечення продовольчої безпеки, захисту здоров'я людини, зменшення економічних втрат та скорочення ризику виникнення природних

катастроф, забезпечення енергетичної безпеки, збереження водних ресурсів [99; 166; 222; 276]. На індивідуальному рівні підсилити виконання Цілі можливо через розвиток навичок дбайливого ставлення до довкілля, сортування твердих побутових відходів, енергозбереження у побуті та на виробництві, раціонального використання власного транспорту, висадження дерев на прибудинкових територіях. На організаційному рівні основну увагу слід приділити побудові політики нульової толерантності до всіх видів промислового забруднення навколишнього середовища й інвестування у скорочення негативних наслідків впливу зміни клімату на життя людини в країні та на планеті.

Основні, найбільш дієві та використовувані напрями участі бізнесу в реалізації тринадцятої Цілі наведено у Додатку Е, рис. Е.6.

Отже, основні зусилля представників ділового середовища регіону у справі пом'якшення наслідків зміни клімату мають бути спрямованими на скорочення викидів парникових газів, впровадження енергоефективних технологій, оптимізацію ланцюгів постачання.

Загальносвітові зусилля у справі збереження морських ресурсів (Ціль 14. Збереження морських ресурсів – Life Below Water) виступають підґрунтям для регулювання клімату та підтримки екологічної рівноваги, захисту біорізноманіття, забезпечення продовольчої безпеки, зменшення забруднення океанів, захисту від екстремальних погодних явищ, підтримки культурної спадщини та туризму, підтримки наукових досліджень та інновацій [99; 255; 276]. Основою виконання Цілі на організаційному рівні має стати реалізація програм свідомого запобігання бізнесом будь-яких забруднень морського середовища, використання сучасних технологій для цього.

Основні, найбільш дієві та використовувані напрями участі бізнесу в реалізації чотирнадцятої Цілі наведено у Додатку Е, рис. Е.7.

Отже, основні зусилля представників ділового середовища регіону у справі збереження морських ресурсів мають бути спрямованими на зменшення забруднення морського середовища, участь у програмах очистки морських вод та прибережних зон, відповідальне рибальство та управління морськими ресурсами.

Загальносвітові зусилля у справі захисту та відновлення екосистем суші (Ціль 15. Захист та відновлення екосистем суші – Life on land) виступають підґрунтям для збереження біорізноманіття, зменшення наслідків зміни клімату, запобігання процесів опустелювання та деградації земель, забезпечення достатніх обсягів водних ресурсів і збереження якості води, захисту від природних катастроф, забезпечення продовольчої безпеки населення, збереження культурної спадщини та духовних цінностей території, стимулювання розвитку екологічного туризму та створення робочих місць [48; 97; 99; 112; 150; 255; 276]. На організаційному рівні корисними мають стати навички розробки та використання інноваційних технологій відновлення деградованих земель та ґрунтів, збереження природно-заповідних фондів.

Основні, найбільш дієві та використовувані напрями участі бізнесу в реалізації п'ятнадцятої Цілі наведено на рис. 3.8.

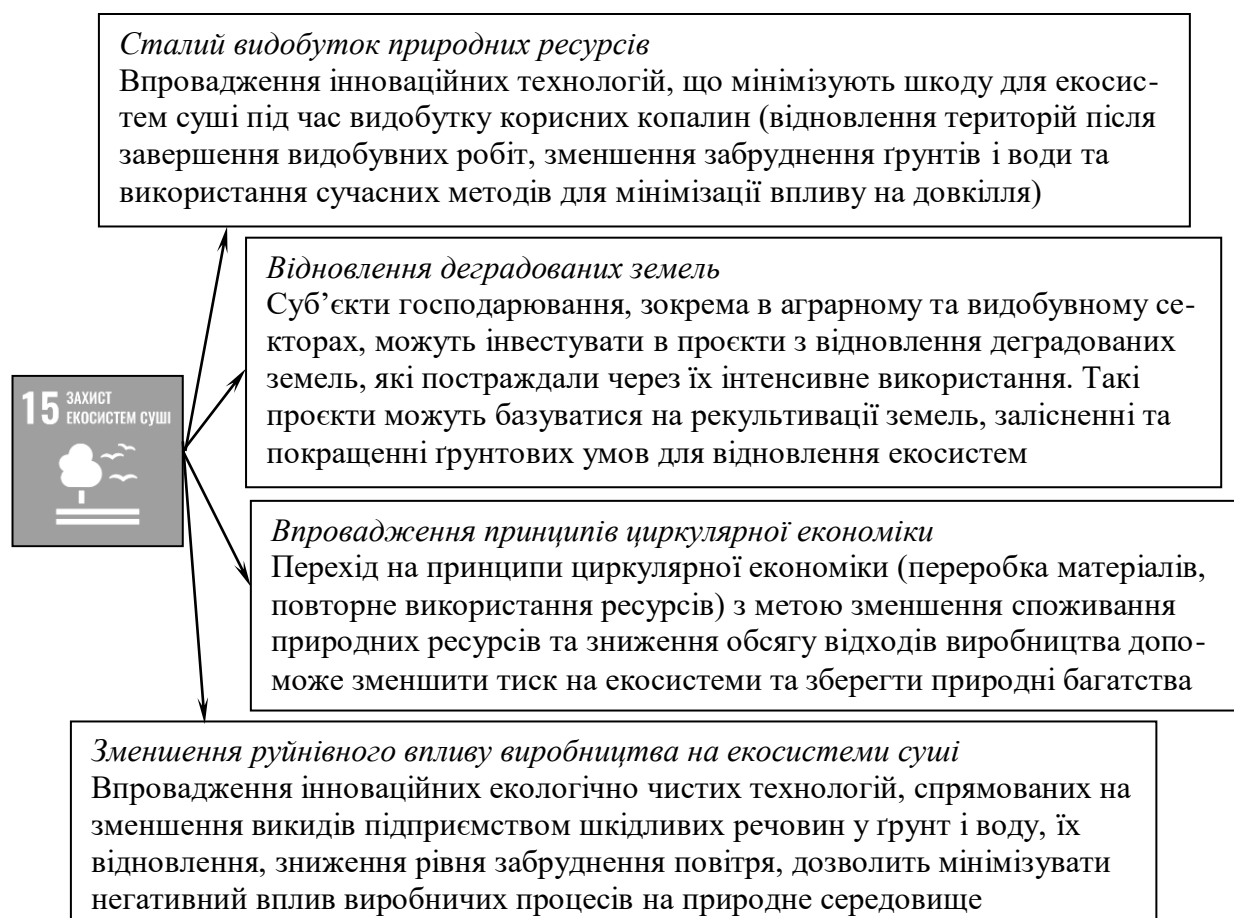


Рис. 3.8. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання задля реалізації Цілі 15. Захист екосистем суші

Джерело: складено автором

Отже, основні зусилля представників ділового середовища регіону у справі захисту і відновлення екосистем суші мають бути спрямованими на сталий видобуток природних ресурсів, відновлення деградованих земель, впровадження принципів циркулярної економіки, зменшення руйнівного впливу виробництва на екосистеми суші.

Загальносвітові зусилля у справі забезпечення миру та справедливості (Ціль 16. Мир, справедливість та сильні інститути – Peace, justice and strong institutions) виступають підґрунтям для захисту прав людини та забезпечення справедливості, запобігання конфліктам і досягнення миру, зменшення бідності й нерівності, підтримки економічного зростання та інвестицій в соціально важливі для розвитку регіону проекти, боротьби з корупцією та підвищення ефективності державного управління, забезпечення доступу пересічного громадянина до справедливого правосуддя [10; 97; 99; 260; 284]. З метою реалізації Цілі необхідно на всіх рівнях управління докладати зусиль щодо забезпечення прав людини, пропаганди миру та ненасильства.

Основні, найбільш дієві та використовувані напрями участі бізнесу в реалізації шістнадцятої Цілі наведено на рис. 3.9.

Отже, основні зусилля представників ділового середовища регіону у справі пропаганди миру, справедливості та побудови сильних інститутів мають бути спрямованими на реалізацію ініціатив щодо забезпечення прозорості та доброчесності у бізнес-процесах, боротьби з корупцією, підтримки сильних та незалежних інституцій в країні.

Загальносвітові зусилля у справі реалізації проєктів з партнерства заради сталого розвитку (Ціль 17. Партнерство заради сталого розвитку – Partnerships for the goals) виступають підґрунтям для акумулювання фінансових ресурсів та їх спрямування у ті сфери, які найбільше потребують допомоги, обміну знаннями та інноваціями, посилення ефективності дій та координації зусиль суб'єктів господарювання регіону у справі реалізації Цілей сталого розвитку, залучення приватного сектору та бізнесу до розв'язання гострих соціальних і екологічних проблем регіону, забезпечення інклюзивності та участі всіх верств населення в

соціально-економічному житті регіону, підвищення довіри населення до бізнесу і влади та поширення соціальної згуртованості в суспільстві [4; 99; 123; 260; 284].

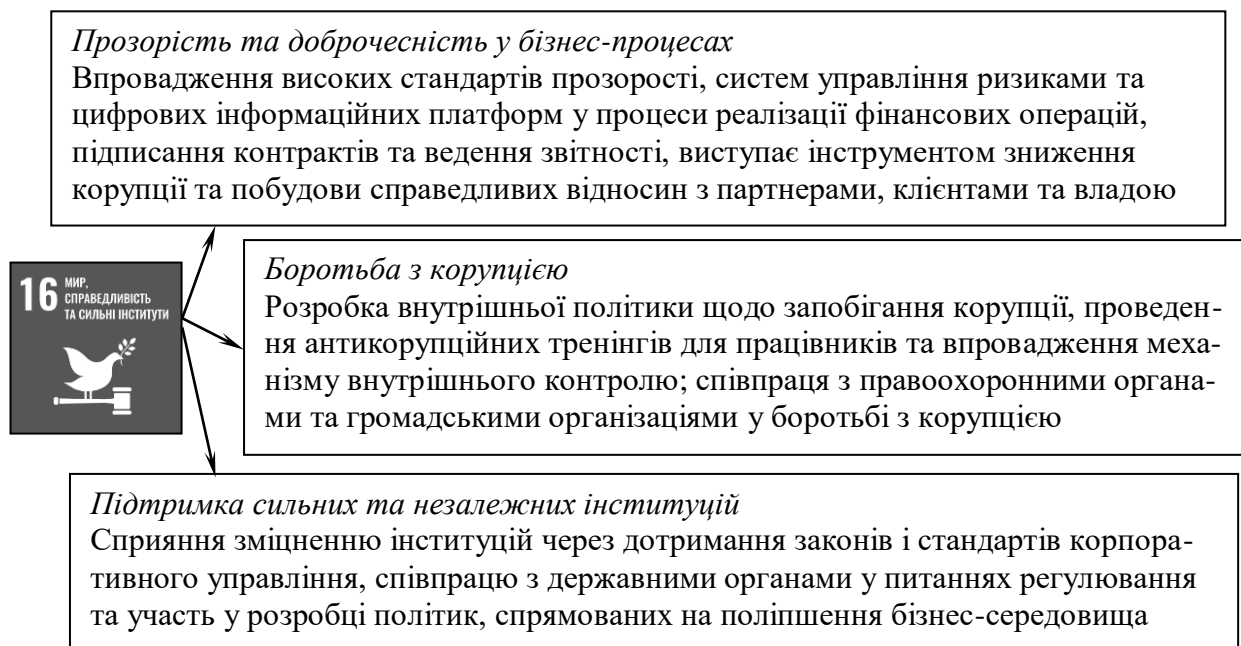


Рис. 3.9. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання задля реалізації

Цілі 16. Мир, справедливість та сильні інститути

Джерело: складено автором

На індивідуальному рівні внести вклад у реалізацію Цілі людина може через навички ініціативності, аналітичного мислення та вільного володіння будь-якою іноземною мовою [315]. На організаційному рівні важливими являються будь-які зусилля щодо позиціонування власної країни у світі як відкритої до партнерства і конструктивної співпраці заради миру та сталого розвитку.

Основні, найбільш дієві та використовувані напрями участі бізнесу в реалізації сімнадцятої Цілі наведено у Додатку Е, рис. Е.8.

Отже, основні зусилля представників ділового середовища регіону у справі реалізації програм партнерства заради сталого розвитку мають бути спрямованими на реалізацію ініціатив щодо участі у програмах державно-приватного партнерства, розвитку спільних проєктів інноваційного характеру, з подолання наслідків конфліктів та криз різного характеру.

Проведене дослідження досить красномовно доводить, що представники бізнес середовища регіону і країни, незалежно від виду їх діяльності, розміру підприємства та досягнутого рівня прибутковості, мають потужний вплив на реалізацію проголошених ООН Цілей сталого розвитку, принаймні на рівні регіону, де розташовано їх виробничі потужності. Проте для цього суб'єкти господарювання мають бути соціально відповідальними й активно реалізовувати проекти соціальної й екологічної спрямованості на підприємстві та в місцевій громаді. Нажаль переважна більшість представників українського бізнесу не демонструє своєї соціально активної позиції через цілу низку суб'єктивних та об'єктивних причин. За таких обставин роль активатора та мотиватора мають взяти на себе органи регіональної влади та місцевого самоврядування, які б мали активно проводити політику залучення представників бізнесу до розв'язання соціальних проблем регіону та створення можливостей для підвищення рівня і якості життя населення. Особливо це є актуальним і важливим під час війни, коли щоденно відбуваються негативні впливи на життя й здоров'я українців. Саме тому створенню механізму активізації ініціатив соціального характеру суб'єктів господарювання в межах їх соціально відповідальної поведінки і мають бути присвяченими подальші дослідження.

3.2. Сучасні методи та технології сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в регіоні

Вже понад десять років економіка України перебуває в дуже складному стані через війну – кожен день країна-агресор здійснює військові наступи та обстріли, в наслідок чого відбуваються втрати життя населення, руйнування міст, виробничої й критичної інфраструктури. Проте війна не може йти вічно і обов'язково наступить момент, коли бойові дії закінчатся і гостро встане питання швидкого відновлення всіх сфер життєдіяльності країни з метою створення сприятливих умов для безпечного і продуктивного життя українців. Тому вже кілька років

поспіль йдуть дослідження профільними фахівцями та здійснюється пошук рішень на тему – «хто» (за умов потужної демографічної кризи і постійного відтоку населення за межі країни важливо вже сьогодні здійснювати обґрунтування ефективних джерел отримання людських ресурсів робітничих та інженерних професій в обсягах, необхідних для повноцінного відновлення всіх сфер економіки країни) та «за рахунок яких коштів» (є попередні домовленості з керівництвом країн-партнерів про фінансування ними відновлювальних робіт в окремих, постраждалих від війни, регіонах України, проте обсяги навіть поточних руйнувань скоріш за все будуть потребувати значно більших фінансових вкладень і потрібно шукати додаткові джерела ресурсів, у тому числі і в середині країни) буде відновлювати економіку України в повоєнний період. Разом з тим, існує ще одна важлива площина розгляду означеної проблеми, про яку часто забувають – «яким чином», тобто за допомогою яких методів, підходів і технологій можливо досягти очікуваних результатів з мінімальними витратами часу і ресурсів. Врахування цієї складової є обов'язковою умовою не лише відбудови економіки країни до рівня, який спостерігався на початок війни, а й створення кардинально нового фундаменту для розбудови інноваційної смарт-економіки, в основу якої будуть покладеними останні технологічні досягнення людства, щоб забезпечити людині комфортне та безпечне середовище для життя, роботи, творчості і відпочинку. Лише на таких засадах в Україні вдасться зупинити руйнівні демографічні тенденції та започаткувати процеси повернення українців додому.

Застосування нових і навіть інноваційних технологій у розвиненому світі стає трендом і необхідністю сьогодення, так як успішно й вчасно реагувати на глобалізаційні виклики та прагнути досягти Цілей сталого розвитку спираючись виключно на застарілі технології в нових умовах вже не вдасться. Враховуючи той факт, що Україна, яка є частиною глобального співтовариства, переживає складний період трансформації і докладає значних зусиль до повноцінної інтеграції в європейський простір (навіть під час війни, як однієї зі складових гарантій безпеки), вона також має орієнтуватися на найкращі світові практики та закладати в основу повоєнної відбудови економіки сучасні технології. А світовий

досвід показує, що для того, щоб залучити ці технології потрібна консолідація дій бізнесу, науки, освіти, влади та суспільства, і лише в синергетичному поєднанні їх зусиль та спираючись, як на фундамент, на соціальну відповідальність бізнесу можливо впевнено і результативно стати на шлях сталого розвитку.

Сучасне суспільство стає більш вимогливим до явища соціальної відповідальності бізнесу, очікуючи від суб'єктів господарювання активної участі у вирішенні соціальних та екологічних проблем, подоланні наслідків гуманітарної кризи та процесах повоєнного відновлення країни [237]. При цьому, результативність такої допомоги в значній мірі буде залежати від ступеня прогресивності технологій, які застосовує керівництво підприємства для отримання певного результату економічного, соціального або екологічного характеру. Отже, в основу соціальної відповідальності бізнесу також мають бути покладені новітні технології, які одночасно створюють як нові можливості для спрямування бізнесом ресурсів на розв'язання нагальних проблем громади, так і нові виклики, про наявність яких мають знати підприємці, щоб завчасно підготуватися та запобігти небажаних і непрогнозованих втрат (рис. 3.10). На основі аналізу потенційних переваг і викликів кожен підприємець має зробити для себе обґрунтований висновок щодо доцільності впровадження тієї чи іншої новітньої технології в свою діяльність та безпосередньо у сферу виконання функцій соціальної відповідальності. Доцільною також є розробка дієвого плану подолання ймовірних викликів, що підвищить результативність для підприємства та громади запланованих заходів з соціальної відповідальності.

Запровадження новітніх технологій завжди є потужним кроком уперед, проявом прогресивності та науково-технічного прогресу, що несе за собою певні технічні переваги й підвищення ефективності бізнес-процесів, у які було внесено зміни [239]. За умов потужної енергетичної та фінансово-економічної кризи в українській економіці, запровадження бізнесом будь-яких технологій, які б дозволили перейти на альтернативні джерела енергії і ресурсів або хоча б суттєво зменшити їх витрати у розрахунку на одиницю продукції, мало б стати чинником покращення ситуації з енергетичною безпекою та екологічним станом в регіоні й

країні в цілому. Поступове розширення сфер діяльності, в які керівництво підприємства запроваджує новітні технології дозволить отримати більший фінансовий результат від виробничо-господарської діяльності, досягти конкурентоспроможних позицій та, як наслідок, спрямувати більші обсяги ресурсів на реалізацію проєктів соціальної відповідальності.



Рис. 3.10. Переваги та виклики, які отримує бізнес через впровадження новітніх технологій в сферу реалізації функції соціальної відповідальності

Джерело: складено автором

Впровадження сучасних цифрових технологій в діяльність конкретного підприємства серед іншого дозволить суттєво збільшити процеси залучення стейкхолдерів до реалізації ним проєктів і програм соціальної відповідальності й на цьому підґрунті краще ознайомитися зі всім спектром соціальних, побутових, економічних та екологічних проблем, які турбують мешканців громади, конкурентів, споживачів. Це дозволить розробити план заходів, які будуть спрямовані на задоволення реальних потреб стейкхолдерів, а не на виключно популістські дії, що суттєво підвищить довіру населення і репутацію підприємства на ринку, у тому числі й на ринку праці.

Описані переваги є бажаними для бізнесу будь-якого виду, проте для того, щоб запроваджувати новітні технології потрібно або їх самостійно розробляти, а для цього в кадровому потенціалі підприємства мають бути присутніми відповідні фахівці з достатнім рівнем оплати їх інноваційної праці, або ж купляти у інших компаній і тоді потрібні кошти на покупку та навчання персоналу. Отже, за будь-яких умов в основі запровадження в діяльність підприємства новітніх технологій мають лежати дві важливі складові – достатні обсяги вільних фінансових ресурсів та високо компетентний талановитий персонал, залучення, утримання і безперервний професійний розвиток якого також потребують немалих інвестицій. При цьому керівництву підприємства, щоб завчасно не втратити мотивацію, слід чітко усвідомлювати той факт, що технологічні зміни, впроваджені в реалізацію функції соціальної відповідальності бізнеса, скоріш за все, не принесуть швидкої віддачі та окупність вкладених коштів буде мати довгостроковий характер. Виходом з ситуації має стати суттєва державна підтримка та надання податкових стимулів для компаній, що впроваджують новітні технології під час реалізації функції соціальної відповідальності. Важливим і досить дієвим важелем зменшення навантаження на підприємство даного виклику має стати укріплення партнерства між бізнесом, стартапами та науковими установами, що дозволить забезпечити підприємства регіону високопрофесійними фахівцями й спростить процедури розробки і впровадження новітніх техніко-технологічних та управлінських рішень.

Ще одним викликом для соціально відповідального бізнесу, який прагне максимально використовувати новітні цифрові технології в усіх сферах своєї діяльності, може стати ймовірність втрати конфіденційної інформації стейкхолдерів через кібератаки, випадковий чи санкціонований витік інформації з баз даних суб'єкта господарювання через злочинну по відношенню до підприємства діяльність сторонніх ІТ-професіоналів високого рівня. Можливість настання такого ризику в сучасних українських реаліях багатократно зростає через війну і постійні хакерські атаки та провокації з боку країни-агресора. За таких умов посилити цифрову безпеку підприємства можливо завдяки залученню до штату на постійній основі високо компетентних ІТ-фахівців, здатних забезпечити надійний захист та резервні копії всієї оперативної та стратегічної інформації, вчасно оновлювати системи і ключи цифрової безпеки, додавати додаткові фактори захисту конфіденційної інформації.

Іншим боком викликів, пов'язаних із запровадженням новітніх цифрових технологій може стати низький рівень цифрової та комп'ютерної грамотності населення в громадах, і, перш за все, соціально вразливих груп, на які здебільшого і мають бути спрямованими або орієнтуватися програми волонтерської допомоги в межах соціальної відповідальності бізнесу. Нерозуміння механізму дій завжди викликає скептичність або навіть опір змінам у громадян, що може суттєво скорочувати в розмірі й відтермінувати в часі всі складові окупності та комплексного суспільного ефекту, які очікується отримати від реалізації заходів соціальної відповідальності бізнесу в межах регіону. Зменшити руйнівну дію опору прогресивним цифровим технологіям можливо через планомірну реалізацію просвітницьких й навчальних програм з кібербезпеки, фінансової та цифрової грамотності, запроваджених на постійній основі як для мешканців громади розташування виробничих потужностей підприємства, так і для його рядових працівників.

Водночас, розуміючи суттєвість та дієвість фінансових і людських чинників ризику, пов'язаних із впровадженням новітніх технологій в сферу соціальної відповідальності бізнесу, важливо також враховувати організаційні ризики, які

суттєво скорочують мотивацію підприємців до будь-яких дій корпоративного волонтерського, спонсорського або іншого характеру в межах реалізації ними функції соціальної відповідальності. Основними важелями, які у цьому контексті суттєво стримують розвиток різних форм і методів реалізації заходів соціальної відповідальності бізнесу, слід назвати відсутність нормативно-правових документів, що регулюють даний особливий вид діяльності бізнесу в країні та, як наслідок, неможливість застосувати дієві інструменти стимулювання бізнесу до конкретних заходів в межах соціально відповідальної поведінки. За умови, що Україна прагне до повноцінної інтеграції в європейський простір, скоріш за все, розробка нормативно-правової бази, яка б імплементувала положення європейських нормативних документів щодо обов'язковості публікації нефінансової звітності (ESG-ініціативи) на офіційних сайтах представників ділового середовища України є питанням часу і буде реалізованою в перші роки після зняття воєнного стану. Тому, щоб представники бізнесу мали можливість завчасно підготуватися та мати власний досвід на момент введення нормативних вимог, доцільно вже сьогодні опановувати даний ефективний інструмент та активно брати приклад з провідних компаній світу і Європи.

Отже, незважаючи на виклики, ризики і проблеми, які супроводжують сучасний український бізнес у його прагненні до впровадження новітніх методів і підходів у сферу реалізації підприємцями функції соціальної відповідальності, технологічні інновації різного типу можуть значно посилити соціально-економічний та екологічний ефекти від заходів з соціальної відповідальності бізнесу, проте для цього процес їх впровадження має бути продуманим, спланованим та реалізованим на етичних принципах. Поступово це дозволить розширити участь українського бізнесу в процесах відновлення критичної та міської інфраструктури, підтримки постраждалих територій, створенні нових робочих місць гідної якості та наблизитися на цьому підґрунті до реалізації Цілей сталого розвитку. У вигаші від таких заходів будуть не лише підприємці, які отримають фінансові та іміджеві переваги, а й українське суспільство в цілому, так як це стане умовою подолання соціальної напруженості та дозволить стати на

шлях консолідації українців з різних регіонів з однією метою – зберегти національну ідентичність та інноваційно розвинути економіку України.

З метою висвітлення портфелю основних методів, підходів і технологій, які можуть бути використаними суб'єктами господарювання задля підвищення ефективності власної виробничо-господарської діяльності та активізації здійснення ними функції соціальної відповідальності, скористаємося даними рис. 1.2. Для кожної узагальненої нами складової соціальної відповідальності бізнесу визначимо ключові прогресивні методи і технології, запровадження яких має здебільшого комплексний вплив на успішність реалізації можливих напрямів соціально відповідальної поведінки бізнесу (рис. 3.11).

В сучасному економічному просторі інтеграція принципів сталого розвитку в бізнес-процеси стає все більш актуальною і важливою для забезпечення довгострокового соціально-економічного, екологічного та культурного зростання як окремого регіону, так і країни в цілому. Цей підхід не тільки вирішує екологічні та соціальні проблеми, але й підвищує економічну життєздатність території. Для України, яка за останні десять років зазнала великих втрат, збитків і руйнувань через загарбницький напад сусідньої країни-агресора, орієнтація у процесах відновлення територій на Цілі сталого розвитку, а отже і перебудова всіх бізнес-процесів за зовсім новими принципами, має стати фундаментом для відродження та стабілізації всієї сукупності соціально-економічних процесів й екологічних аспектів життєдіяльності країни.

Як показує провідний зарубіжний досвід, одним з найбільш перспективних й результативних підходів до перебудови всіх складових виробничо-господарської діяльності можна вважати реінжиніринг бізнес-процесів, який може також стати і дієвим інструментом для поступової реалізації принципів сталого розвитку на рівні окремого суб'єкта господарювання. Реінжиніринг бізнес-процесів передбачає комплексне переосмислення та радикальне перепроєктування бізнес-процесів для досягнення значних покращень за найбільш критичними параметрами оцінювання виробництва, такими як вартість, безпечність, швидкість, якість продукції та обслуговування, новизна товарної пропозиції на

ринку тощо [42, с. 378-380; 248]. В основі даного підходу лежить критерій істотного поліпшення, який міститься у докорінному, навіть проривному підвищенні значень основних ключових показників діяльності суб'єкта господарювання. Звичайно, що досягти таких результатів простою модернізацією обладнання або частковою зміною технології навряд чи вдасться. Потрібна докорінна трансформація всіх сфер діяльності суб'єкта господарювання на основі запровадження інноваційних рішень і технологій.

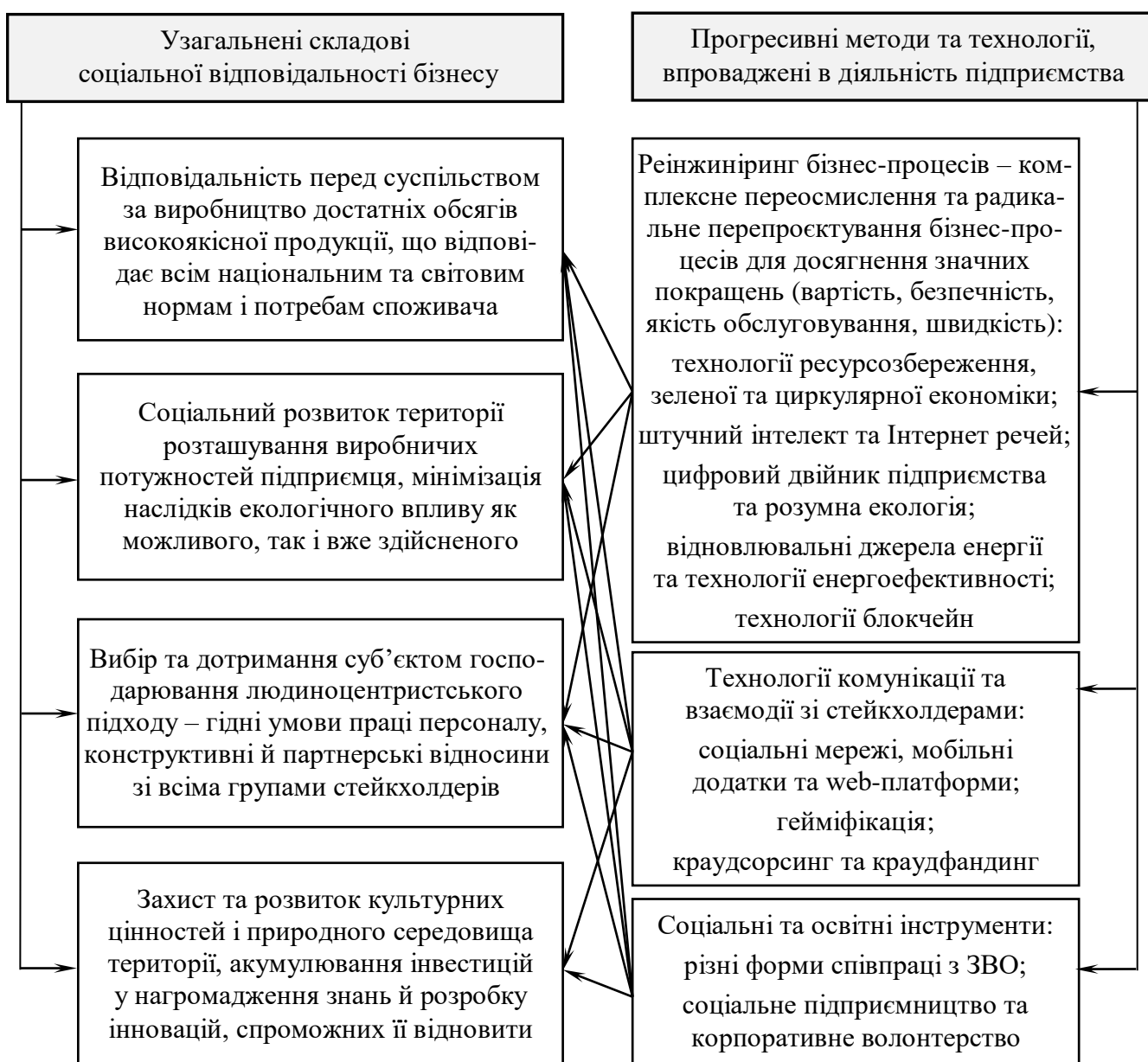


Рис. 3.11. Прогресивні методи та технології, впровадження яких в діяльність підприємства буде сприяти більш ефективній реалізації функції соціальної відповідальності бізнесу

Джерело: складено автором

Для українського бізнес-середовища вже сьогодні, а тим більше в повоєнний період, найбільш актуальними мають стати такі ключові напрями уваги при реалізації реінжинірингу бізнес-процесів [1; 65; 114]. Першим напрямом має стати ресурсоощадність, тобто оптимізація використання всіх видів природних ресурсів та мінімізація відходів через перехід на інноваційні практики та технології [82]. Дійсно, через війну екологічний стан в Україні значно погіршився, втрачено значні площі лісових насаджень, забруднено родючі землі, зруйновано ресурсопереробні потужності промислових підприємств, окуповано території, які є багатими на природні ресурси, у тому числі рідкоземельні елементи, тощо. За таких умов продовжувати стратегічну орієнтацію діяльності промислових підприємств виключно на використання природних ресурсів є неможливим і безглуздим з точки зору перспектив розвитку українського суспільства. Запровадження новітніх технологій в усіх сферах економіки країни в перспективі дозволить скоротити обсяги використання, а отже і потребу у видобутку природних ресурсів. У більш віддаленій часовій перспективі набуті тенденції стануть умовою поступової зміни статусу України на міжнародній арені з країни-донора природних ресурсів на більш привабливий і перспективний для нас статус, наприклад, на високотехнологічну країну.

Через військову агресію РФ на підконтрольній Україні території на початок 2024 р. було зруйновано 426 державних і приватних підприємств [149], фізичне відновлення яких в повоєнний період буде потребувати переходу на нові технології ресурсоспоживання та екологічні ініціативи, які сьогодні більшістю українських суб'єктів господарювання не застосовуються. Виходом з ситуації може стати поступовий перехід на принципи циркулярної економіки, в основі якої лежить повністю безвідходне виробництво або суттєве зменшення відходів під час виготовлення продукту, повторне використання ресурсів і переробка використаних матеріалів, вибір екологічно чистих матеріалів для упаковки, екологічні або зелені технології виробництва. Соціально відповідальною поведінкою бізнесу буде також і розробка механізмів повернення продукції на підприємство після використання для її переробки та подальшого повторного

використання споживачами.

Прискорити перехід на принципи циркулярної економіки дозволить кооперація з фаховими науковцями з освітніх і наукових закладів регіону і країни, що стане умовою створення і після успішних експериментів подальшого впровадження у виробництво локальних екологічних стартапів, які покликані ввести технологічні зміни в сферу переробки відходів і забезпечення на цьому підґрунті принципів сталого споживання. Сучасні технології та моделі, такі як штучний інтелект (Artificial Intelligence, далі – AI) або Інтернет речей (Internet of Things, далі – IoT), додатково можуть бути застосованими у процесах аналізу соціального та екологічного впливу бізнесу на суспільство і довкілля та прогнозування екологічних ризиків [317]. Використання фахівцями підприємства даних технологій дозволить ще на етапі проєктування або модернізації виробничих ліній максимально врахувати принципи сталого розвитку та мінімізувати всі негативні впливи його виробничо-господарської діяльності на довкілля в оперативному та стратегічному періодах.

Ще однією досить продуктивною і проривною інноваційною технологією, яка може бути використаною виробничим підприємством з метою запобігання в наслідок здійснення виробничих процесів або форсмажорних ситуацій забруднення екосистеми та реалізації екологічного моніторингу і яка сьогодні вже активно застосовується у технологічно розвинених країнах світу, виступає цифровий двійник та його втілення в інструменті розумної екології (Digital Twin) [234]. При використанні даної технології ІТ-фахівцями суб'єкта господарювання створюється цифрова копія всіх технологічних процесів підприємства з деталізацією прилеглої території і завдяки спеціальним датчикам в режимі реального часу відбувається моніторинг наявної екологічної ситуації за багатьма параметрами та встановлення фактичного впливу діяльності підприємства на навколишнє середовище й здоров'я людини (працівників підприємства та мешканців громади, розташованої в територіальній близькості до виробничих споруд). Технологія також дозволяє в цифровому форматі модулювати можливі небезпечні ситуації і техногенні катастрофи та тестувати методи їх запобігання і

локалізації, що є фактором екологічної безпеки та суттєвого скорочення витрат підприємства на реалізацію неефективних методів стабілізації екологічної ситуації або подолання наслідків катастроф. Ознайомлення на постійній основі громади та населення регіону з результатами використання технологій цифрового двійника дозволить суттєво підвищити рівень довіри населення до підприємства.

Другим напрямом реалізації реінжинірингу бізнес-процесів слід розглядати процеси управління енергетичними ресурсами. Сьогодні для виживання економіки України енергетичне питання є таким же важливим, як і питання військової безпеки. Цілеспрямоване та методичне руйнування країною-агресором протягом трьох останніх років енергетичної інфраструктури України, а також окупація територій з ключовими об'єктами енергетичної генерації поставило галузь у дуже складну ситуацію, майже на межу виживання. Саме тому основним вектором розвитку тут має стати впровадження суб'єктами господарювання рішень з використання відновлюваних джерел енергії та покращення енергоефективності для стовідсоткового забезпечення потреб населення і бізнесу в електричній енергії та максимальне зменшення вуглецевого сліду, тобто мінімізація викидів усіх парникових газів в атмосферу, що відбувається в наслідок здійснення різних аспектів життєдіяльності людини.

З метою підвищення результативності моніторингу енерговитрат, управління відходами та покращення ефективності використання енергетичних ресурсів у виробництві керівництвом підприємства може бути використана модель IoT, що дозволить автоматизувати збір, аналіз та процедури оптимізації споживання енергетичних ресурсів у режимі реального часу. Датчики IoT дозволять здійснювати за встановленими параметрами контроль стану функціонування виробничого обладнання та виявляти надмірне споживання енергії й «вузькі місця» у виробничих процесах, здійснювати попередження несправностей і ймовірності настання аварійних ситуацій через систему прогностного обслуговування і на основі отриманих великих обсягів даних обґрунтовано визначати дієві способи скорочення операційних витрат та підвищення енергетичної безпеки, екологічної і соціальної відповідальності бізнесу.

Третім напрямом реалізації реінжинірингу бізнес-процесів доцільно розглядати сталість логістичних маршрутів та ланцюгів постачання, що використовуються в бізнес-середовищі регіону та країни в цілому. Підвищення сталості ланцюгів постачання може бути досягнуто через впровадження чесних торгівельних практик, зменшення викидів від транспортування всіх складових оборотних засобів виробництва шляхом оптимізації маршрутів та ретельного обґрунтування вибору виду транспортних засобів. Забезпечення сталості ланцюгів постачання за допомогою новітніх технологій дозволить знизити ризики, підвищити прозорість і ефективність та буде сприяти сталому розвитку як території розташування підприємства, так і регіону в цілому. З цією метою можуть бути використаними такі новітні технології як [177; 202; 317]:

блокчейн (blockchain від англ. block – блок та chain – ланцюг) – забезпечення надійності та прозорості здійснення кожного елементу ланцюга постачання через створення запису затвердженого маршруту, який неможливо змінити без згоди кожного з учасників процесу, і моніторингу постачань товарів в режимі реального часу. Впровадження такої технології дозволить мінімізувати корупційні ризики, уникнути фальсифікації документів і несанкціонованих змін в ланцюгах постачання підприємства та забезпечити високу якість товару, що суттєво скоротить витрати і втрати бізнесу через ймовірність зривів поставок та, як наслідок, необхідність збільшувати підприємством запаси оборотних фондів;

IoT – забезпечення процедур моніторингу системи критичних показників переміщення товарів (відслідковування температурного режиму, вологості, часу переміщення товарів у реальному часі, що важливо для збереження їх якості, особливо для продукції, яка потребує спеціальних умов зберігання) та оптимізації логістичних потоків (через впроваджені пристрої існує можливість в автоматичному режимі коригувати маршрути постачання для зменшення витрат пального та часу доставки, що буде скорочувати операційні витрати підприємства та знижувати вуглецевий слід ланцюга постачання);

AI – забезпечення процедур прогнозування та планування показників діяльності виробництва на основі глибокого аналізу динаміки попиту, зміни

ринкових трендів, політичних ризиків або кліматичних умов, щоб забезпечити оптимальні рівні запасів і зменшити надлишкове виробництво. AI може бути також використаним для вибору найбільш ефективних постачальників і партнерів, аналізуючи їх соціальну відповідальність, надійність у наданні послуг, динаміку цін, історію співпраці та інші параметри. До того ж, в узагальненому вигляді AI щонайменше може принести користь у справі соціальної відповідальності за такими основними аспектами: забезпечення інформаційної та організаційної підтримки заходів з соціальної відповідальності бізнесу; підвищення якості внутрішнього контролю в усіх складових бізнес-процесів; сприяння формуванню позитивного бренду роботодавця й товаровиробника на ринку й допомога у генеруванні переліку та можливих сценаріїв ініціатив з соціальної відповідальності й сталого розвитку бізнесу в суспільстві.

Використання новітніх технологій дозволить автоматизувати бізнес-процеси щодо замовлень, доставки, управління запасами та інтеграцію з іншими учасниками логістичного потоку, що стане умовою оптимізації виробничого процесу підприємства, буде сприяти підвищенню його прозорості і зменшенню витрат. Досить дієвим варіантом також може стати залучення до співпраці підприємствами місцевих соціально відповідальних постачальників, надійність яких доведена часом і підтверджується результатами аналізу AI, що стане додатковим фактором підвищення ефективності функціонування даного конкретного бізнесу та економіки регіону в цілому на принципах стійкого і сталого розвитку.

Четвертим напрямом реалізації реінжинірингу бізнес-процесів являється практика повсюдного взяття суб'єктами господарювання на себе зобов'язань щодо соціальної відповідальності бізнесу. Зміцнення ініціатив корпоративної соціальної відповідальності на рівні бізнес-середовища стане умовою для підтримки місцевих громад, покращення умов праці та забезпечення проявів етичних бізнес-практик. За умови, що реінжиніринг бізнес-процесів застосовується більшістю суб'єктами господарювання з акцентом на сталий розвиток, це може суттєво сприяти досягненню Цілей сталого розвитку в регіоні.

Важливим також є включення у цей процес мешканців місцевих громад та інших зацікавлених сторін. Співпраця з місцевими громадами дозволить завчасно враховувати їхні потреби й інтереси, що забезпечить соціальну підтримку та підвищить ефективність реалізації ініціатив. Крім того, залучення зацікавлених сторін, таких як урядові організації, громадські об'єднання та наукові установи, що може бути реалізовано формально у вигляді різного роду кластерів, буде сприяти створенню більш комплексних та узгоджених стратегій соціально-економічного розвитку території. Це, в свою чергу, допоможе уніфікувати зусилля на різних рівнях та підвищить шанси на досягнення довгострокових результатів у справі удосконалення бізнес-процесів і активізації заходів з соціальної відповідальності бізнесу.

Ефективна комунікація та прозорість у взаємодії з зацікавленими сторонами можуть значно підвищити довіру до соціально відповідальних ініціатив суб'єктів господарювання з боку населення та сприяти активному залученню громадськості до цього процесу. Впровадження механізмів зворотного зв'язку дозволить оперативно реагувати на потреби та очікування різних груп населення громад, що забезпечить більшу адаптивність та гнучкість бізнес-процесів. При цьому дуже важливо, щоб керівництво підприємства використало весь арсенал сучасних методів, цифрових платформ та технологій, спрямованих на забезпечення ефективності (яка може бути вираженою швидкістю розповсюдження і збору необхідної інформації, ступенем охоплення інформаційними потоками цільової аудиторії, рівнем вирішення соціально-економічних, побутових та екологічних проблем, що турбують мешканців громади тощо) взаємодії представників бізнесу зі стейкхолдерами в межах соціальної відповідальності. З цією метою можуть бути використаними такі сучасні методи та технології [182; 208; 245; 253; 317]:

соціальні мережі, мобільні додатки та web-платформи – забезпечення комунікаційної функції та отримання зворотного зв'язку через залучення мешканців громади, працівників, споживачів та інших груп стейкхолдерів до обговорення проблемних аспектів соціального, економічного й екологічного характеру, голосування щодо вибору загальної проблеми, на вирішення якої

мають бути спрямованими зусилля підприємства в першу чергу, інформування громадськості про соціальні ініціативи підприємства у регіоні тощо;

гейміфікація (застосування ігрових технік в неігрових умовах для розв'язання конкретних завдань) – підвищення ступеня залученості стейкхолдерів до програм соціальної відповідальності бізнесу через безпосередню участь у створених підприємством ігрових проєктах, наприклад, екологічної спрямованості (програми лояльності та винагороди за сортування сміття, участь в екологічних заходах або повторне використання багаторазових матеріалів), результатом чого має стати суттєве зростання мотивації учасників процесу та створення позитивного іміджу суб'єкта господарювання в громаді та регіоні. Використання ігрових технік також може бути використано керівництвом для створення інтерактивних курсів або вікторин для співробітників і мешканців громади з питань принципів сталого розвитку, метою яких є формування і закріплення у населення корисних звичок;

краудсорсинг (crowdsourcing від англ. crowd – натовп та sourcing – використання ресурсів) – залучення мешканців громади до активного обговорення проблем території, вирішенням яких може зайнятися даний бізнес, до вибору через голосування соціальних ініціатив та благодійних проєктів підприємства, які мають бути реалізованими в першу чергу; мотивація активної частини населення (і особливо талановитих представників громади) на добровільній основі брати участь у генерації ідей, розробки й реалізації соціальних проєктів разом з фахівцями підприємства або окремо в якості грантів, профінансованих даним суб'єктом господарювання;

краудфандинг (від англ. crowdfunding – спільне фінансування) – використання спеціальних платформ для збору коштів від стейкхолдерів з метою додаткової фінансової підтримки проєктів та ініціатив з соціальної відповідальності бізнесу. Використання даного інструменту одночасно вирішує три важливі задачі – акумулює достатні розміри коштів для успішного розв'язання гострих соціальних та/або екологічних проблем території, підвищує рівень причетності мешканців громади, партнерів і споживачів продукції до

реалізації соціально важливих проєктів та формує позитивний імідж підприємства й лояльну суспільну думку про нього в суспільстві.

Також важливою є роль освіти й підвищення обізнаності про зміст соціальної відповідальності бізнесу та принципи сталого розвитку серед населення і суб'єктів господарювання регіону. Проведення тренінгів, семінарів та інформаційних кампаній, організованих органами регіональної влади з певною періодичністю у різних форматах, поступово допоможе сформувати в регіоні культуру відповідального споживання та виробництва, що і стане передумовою для досягнення Цілей сталого розвитку. Дійсно, крім ознайомлення мешканців громад з можливою роллю бізнесу у вирішенні соціальних та екологічних проблем регіону, одночасно існує досить гостра необхідність у поширенні актуальних знань про сутність, перспективи та інструментарій соціальної відповідальності для самих представників ділового середовища, що можливо реалізувати через спеціалізовані тренінгові програми, організовані на базі провідних ЗВО регіону. І у цьому контексті дуже важливо бізнесу активно співпрацювати з університетами задля залучення перспективної молоді до проведення сумісних прикладних досліджень і розробок інноваційних рішень з реінжинірингу бізнес-процесів, з соціальної відповідальності бізнесу та сталого розвитку регіону, здійснювати фінансову підтримку студентських стартапів та стажування молодих науковців в соціально відповідальних компаніях регіону.

Останніми роками у світі почала досить активно розвиватися така нова форма соціальної відповідальності бізнесу, як соціальне підприємництво, яке можна розглядати як новаторський підхід до вирішення соціальних, екологічних або культурних проблем регіону через фінансування стартапів та бізнес-ідей, в основі яких здебільшого немає прибуткової складової [226]. Місія соціального підприємництва суттєво зростає в період фінансово-економічних криз через те, що у важкі часи соціальні проблеми суспільства суттєво загострюються і їх вирішення стає необхідним для покращення життя значної частини громадян, й, в першу чергу, представників соціально незахищених верств населення та осіб з обмеженими можливостями. Соціальне підприємництво бере участь у створенні

сприятливого бізнес-середовища в регіоні, активізує позитивну соціальну позицію бізнесу та надає додаткові умови для впровадження інновацій і посилення соціальної солідарності в суспільстві. Отже, програми інвестиційної та організаційно-економічної підтримки підприємствами бізнес-моделей соціального підприємництва, особливо тих з них, що спрямовані на розв'язання найбільш гострих соціальних і екологічних проблем території розташування його виробничих потужностей, можуть стати досить успішним і результативним проявом соціальної відповідальності бізнесу.

І ще одним інструментом соціальної відповідальності бізнесу, який за часів війни досить активно використовується в Україні, є корпоративне волонтерство, тобто добровільна участь працівників підприємства в реалізації соціальних програм при фінансовій та організаційній підтримці таких ініціатив його керівництвом. Корпоративне волонтерство дозволяє підприємству суттєво розширити спектр та масштабність ініціатив соціального, екологічного та культурного характеру, що є інструментом оптимізації грошових потоків, спрямованих керівництвом на доброчинність, та підвищення довіри і репутації суб'єкта господарювання на ринку. При цьому найбільшу користь через корпоративне волонтерство підприємство отримує у формі зростання мотивації та згуртованості членів трудового колективу, які беруть активну участь в соціальних проєктах в якості волонтерів. Завдяки реалізації таких заходів колектив досить швидко перетворюється на команду із активізацією процесів нагромадження соціального та людського капіталу, що дозволить одночасно підвищити і ключові фінансово-економічні показники діяльності підприємства, підсилити його конкурентоспроможність на внутрішньому ринку.

Отже, застосування сучасних новітніх інноваційних методів активізації соціальної відповідальності бізнесу в Україні має стати важливим фактором сталого розвитку територій країни, її більш швидкої інтеграції у світовий економічний простір та поступового вирішення нагальних соціальних й екологічних проблем. Поєднання всіх перелічених методів, підходів і технологій сприятиме розвитку соціально відповідального бізнесу, зміцненню довіри між

керівництвом підприємства та громадою, а також підвищенню конкурентоспроможності регіону. Саме тому стратегія підприємства, спрямована на впровадження новітніх технологічних рішень в процес реалізації функції соціальної відповідальності дозволить бізнесу не лише завчасно готуватися до агресивних зовнішніх викликів, а й робити вагомий внесок у власний сталий розвиток, суспільства та регіону.

Загалом, інтеграція принципів сталого розвитку в бізнес-процеси, активна участь місцевих громад та інших зацікавлених сторін, а також підвищення обізнаності стейкхолдерів про можливості сталого розвитку можуть створити сприятливе середовище для економічного й соціального процвітання, екологічної безпеки регіону. Враховуючи сьогоdnішній стан економіки України, розвиток бізнес-процесів із акцентом на сталий розвиток виступає стратегічною необхідністю для активізації процесу регіонального розвитку. Впроваджуючи сталі практики у свою оперативну діяльність підприємці зможуть суттєво сприяти досягненню Цілей сталого розвитку на рівні регіону, забезпечуючи тим самим економічне зростання, соціальну інтеграцію та захист довкілля. І важливу роль у втіленні в життя такого сценарію мають відіграти органи регіональної влади через використання портфелю інструментів активізації та спонукання зацікавленості суб'єктів господарювання у здійсненні заходів з соціальної відповідальності.

3.3. Інструменти впливу на економічні інтереси суб'єктів господарювання з метою активізації соціальної відповідальності бізнесу задля сталого розвитку регіону

Цінність інструменту соціальної відповідальності бізнесу для України як під час війни, так і в повоєнний період є дуже високою, так як за умови суттєвої обмеженості в розмірах та напрямках бюджетного фінансування досягти позитивних тенденцій в розв'язанні гострих соціальних й екологічних проблем без активної участі суб'єктів господарювання навряд чи вдасться. При цьому

бізнес має відіграти ключову роль не лише в розвитку економіки регіонів країни, а й виступити гарантом соціальної (через механізм створення підприємством нових робочих місць гідної якості, а, отже, суттєвого скорочення рівня безробіття й зростання якості життя населення в регіоні) й екологічної (через механізм запровадження підприємством політики нульової толерантності до забруднення навколишнього природного середовища) безпеки регіону. Слід також наголосити на тому, що в повоєнний період на представників ділового середовища суспільством буде покладатися ще одна дуже важлива місія, яка стане потужним аспектом реалізації функції соціальної відповідальності бізнесу – працевлаштування ветеранів та осіб, які в різний спосіб постраждали від війни, з метою їх швидкої та максимально комфортної адаптації до мирного життя. До того ж, перебування в здоровому трудовому колективі, для чого керівництво має докладати значних зусиль і створювати всі умови для швидкої адаптації та безперервного професійного розвитку кожного працівника, запроваджувати корпоративні програми підтримки ментального здоров'я, реалізовувати заходи задля створення комфортного морально-психологічного клімату й перетворення окремих функціональних груп працівників на команди, стане умовою для психологічної підтримки і реабілітації населення України, що суттєво прискорить процеси подолання наслідків незадовільного емоційно-психологічного стану (невпевненість в майбутньому, страх, тривожність, втома, виснаженість, проблеми зі сном тощо), в якому населення країни перебуває вже тривалий час, та загоєння психологічних ран, нанесених війною кожному українцю незалежно від того чи він безпосередньо виконував свій громадянський обов'язок на полі бою, чи працював в тилу, чи тимчасово виїхав за межі країни. Отже, будь-який прояв соціально відповідальної поведінки суб'єктом господарювання є очікуваним і затребуваним регіональним соціумом, так як від нього передусім буде залежати швидкість процесів оздоровлення регіональної економіки, темпи підвищення якості та рівня життя населення й ймовірність стримування в регіоні криміногенної ситуації та злочинності загалом.

Водночас, задля реалізації соціально відповідальної поведінки, який би вид

заходів для цього не було обрано керівництвом, представники бізнесу мають витратити значні обсяги грошових коштів (безпосередньо або опосередковано через недоотриманий прибуток), профінансувати ці власні ініціативи соціального, екологічного або культурного характеру. Враховуючи той факт, що переважна більшість суб'єктів господарювання за характером своєї діяльності являються прибутковими організаціями, природним для них напрямом вкладання власних коштів є інвестування лише у ті проєкти, які їм принесуть додаткову фінансову вигоду, збільшать їх прибуток протягом найближчого періоду часу. Саме з цією метою і здійснюється керівництвом підприємств прийняття рішень про розширення виробничих потужностей, впровадження нових й навіть інноваційних технологій та управлінських підходів, пошук високопрофесійних талантів на ринку праці й їх працевлаштування, купівля облігацій або акцій провідних підприємств країни тощо. Від реалізації кожного з перелічених кроків керівництво підприємства очікує отримати дохід, розмір якого буде значно більшим за ті кошти, які ним було інвестовано у відповідний захід. А враховуючи той факт, що в умовах економічної кризи суб'єкти господарювання відчують суттєвий дефіцит власних коштів й наявними є високі відсоткові ставки за банківськими позиками, очікувано, що підприємці будуть вкладати кошти виключно в ті проєкти, які швидко принесуть високий прибуток. Жодна з програм і проєктів соціальної відповідальності бізнесу миттєвого прибутку їх ініціатору забезпечити не може і підприємство в кращому випадку зможе отримати нефінансові вигоди у вигляді зростання власного бренду роботодавця, підвищення зацікавленості ключових партнерів й інвесторів у тісній співпраці з соціально відповідальним бізнесом та ймовірності покращення фінансового стану підприємства через зростання довіри споживачів до його продукції та суттєвого збільшення попиту на неї на ринку (рис. 1.4). І тут постає питання – чи достатньо керівництву підприємства виключно цих переваг, щоб на практиці реально стати соціально відповідальним бізнесом та на постійній основі вкладати власні кошти в регіональні проєкти соціального або екологічного спрямування, докладати зусилля для розв'язання конкретних проблем регіону? Відповідь на це питання

буде залежати від двох фундаментальних аспектів – рівня культури й прихильності до політики соціальної відповідальності керівництва підприємства й тих сприятливих умов, які в регіоні створено для підтримки і стимулювання соціально відповідального бізнесу.

Систематизація обґрунтованих в підрозділі 3.1 даної роботи напрямів реалізації суб'єктами господарювання регіону соціально відповідальної поведінки в межах кожної Цілі сталого розвитку дозволила отримати узагальнені контури можливих ініціатив підприємців щодо розв'язання соціальних, екологічних, культурних та інших гострих проблем регіону. Детальний аналіз кожного напрямку за критерієм наближеності до стратегічної цілі будь-якого підприємства (отримання прибутку) на основі використання методу співставлення дозволив здійснити приблизний розподіл заходів за ступенем зацікавленості суб'єкта господарювання його здійснювати за трьома рівнями – високий, середній та низький (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Оцінювання рівня зацікавленості суб'єкта господарювання регіону в реалізації заходів в межах соціальної відповідальності бізнесу, спрямованих на досягнення Цілей сталого розвитку

Заходи в межах соціальної відповідальності бізнесу, спрямовані на досягнення Цілей сталого розвитку	Рівень зацікавленості суб'єкта господарювання в реалізації заходів
1	2
Інвестиції в людський капітал підприємства Забезпечення здорових та безпечних умов праці на підприємстві Забезпечення гідної оплати праці персоналу Забезпечення доступу працівників до соціальних благ Проекти з енергозбереження та підвищення енергоефективності Інноваційні технології у водопостачанні та водовідведенні Оптимізація бізнес-процесів та повторне використання ресурсів Комплексна модернізація технологічних ліній виробництва Оптимізація ланцюгів постачання Протидія всіх видів дискримінації на підприємстві	Високий
Участь у програмах державно-приватного партнерства Підвищення якості профільної освіти в регіоні Спільні наукові дослідження з ЗВО регіону	Середній

Продовження табл. 3.1

1	2
Впровадження екологічно чистих технологій у виробництво Впровадження відновлюваних джерел енергії у виробництво Прозорість та доброчесність у бізнес-процесах Проекти соціального характеру в регіоні Інклюзивність на робочих місцях Підтримка балансу між роботою та особистим життям людини Впровадження інновацій та нових технологій, інвестиції в науку Розширення доступу до цифрових технологій Сприяння впровадженню розумних технологій (smart city)	Середній
Підтримка малих і середніх підприємств регіону Створення нових робочих місць в регіоні Забезпечення рівних можливостей у сфері праці Підтримка жіночого підприємництва та рівності в бізнесі Інвестиції в соціальну інфраструктуру регіону Проекти розвитку громадського простору та інфраструктури Підтримка місцевих громад та культурних проєктів Підвищення якості загальної середньої освіти в регіоні Відновлення деградованих сільськогосподарських земель регіону Підвищення результативності функціонування аграрного сектору Освіта та професійна підготовка персоналу для аграрної сфери Комплексний розвиток сільських територій регіону Інвестиції в підвищення якості послуг у сфері охорони здоров'я Розробка інноваційних рішень для сфери охорони здоров'я Оптимізація процесів використання водних ресурсів регіону Інвестиції в інфраструктуру водопостачання та санітарії Підтримка ініціатив із забезпечення чистою водою населення Розвиток енергетичної інфраструктури регіону Інвестиції в дослідження та інновації в галузі енергетики Інвестиції в сонячні, вітрові та біоенергетичні проєкти Сталий видобуток природних ресурсів Впровадження принципів циркулярної економіки в регіоні Інноваційне виробництво екологічно чистої продукції Реалізація проєктів з утилізації та переробки відходів Скорочення викидів парникових газів Зменшення руйнівного впливу виробництва на екосистеми суші Програми розмінування, відновлення лісів та очищення водойм Зменшення забруднення морського середовища Участь у програмах очистки морських вод та прибережних зон Відповідальне рибальство та управління морськими ресурсами Боротьба з корупцією в регіоні Підтримка сильних та незалежних інституцій Партнерство для подолання наслідків конфліктів та криз	Низький

Джерело: складено автором

Так, будь-який суб'єкт господарювання буде значно більше зацікавленим в інвестуванні у людський капітал власного підприємства або комплексній модернізації технологічних ліній свого виробництва (високий рівень зацікавленості), ніж, наприклад, у реалізації будь-яких проєктів соціального характеру в регіоні чи підтримці балансу між роботою та особистим життям людини, яка працює на даному підприємстві або проживає в громаді (середній рівень зацікавленості). Дійсно, керівництво підприємств чітко розуміє, що реалізуючи заходи в межах соціальної відповідальності, які за нашими оцінками характеризуються високим рівнем зацікавленості бізнесу, вони отримають реальну віддачу, так, наприклад, впровадження енергоефективних технологій суттєво знизить витрати виробництва на електроенергію, що дозволить скоротити собівартість продукції; інвестування у людський капітал буде сприяти залученню та ефективному утриманню талантів, підвищенню продуктивності та інноваційності праці, значному скороченню плинності кадрів тощо. Натомість, такі напрями соціально відповідальних дій, як боротьба з корупцією чи підвищення якості загальної середньої освіти в регіоні, будуть супроводжуватися низьким рівнем зацікавленості суб'єктів господарювання щодо спрямування власних коштів на їх реалізацію, так як не здійснюють прямий й швидкий вплив на економічні інтереси представників ділового середовища. Тобто, чим ближчим (територіально та/або за змістом) є об'єкт інвестування по відношенню до самого підприємства і його безпосередніх інтересів (стратегічних цілей діяльності), тим вищим буде рівень зацікавленості керівництва у здійсненні тих чи інших заходів, спрямованих на розв'язання певної соціальної, економічної, екологічної або культурної проблеми регіону.

Детальний аналіз представлених у таблиці напрямів реалізації соціальної відповідальності бізнесу, які за нашою оцінкою потрапили до категорії «низька зацікавленість суб'єктів господарювання в реалізації заходів», дозволив дійти висновку, що дані заходи апріорі не відносяться до сфери безпосередньої відповідальності суб'єктів господарювання великого, малого та середнього бізнесу незалежно від виду їх економічної діяльності і основними замовниками та

відповідальними за реалізацію цих ініціатив мають виступати органи регіональної влади. Цей висновок повною мірою підтверджується змістом актуальних Стратегій регіонального розвитку кожної з областей України [125-148]. Водночас здійснити означені заходи органи регіональної влади самостійно, без активної участі всіх представників ділового середовища регіону, не зможуть і тому на регіональному рівні має бути розробленим, затвердженим та впровадженим у дію механізм підвищення рівня зацікавленості суб'єктів господарювання регіону та їх безпосереднього стимулювання задля придання вірного вектору їх економічним інтересам у справі реалізації заходів соціального, екологічного та культурного характеру, що стане підґрунтям для оздоровлення регіональної економіки та поступової реалізації в регіоні Цілей сталого розвитку.

Спрямована на реалізацію заходів соціальної відповідальності мотивація суб'єктів господарювання має стати важливим фактором сталого розвитку суспільства та економіки регіону [235]. Вірність цієї тези підкріплюється тим фактом, що бізнес не лише забезпечує сприятливі умови собі для отримання прибутку, а й здійснює значний вплив на морально-психологічний стан регіонального соціуму, екологію території та в кінцевому рахунку – добробут громад регіону, що є однією з основних цілей та критеріїв оцінки діяльності органів регіональної влади. Саме тому в якості мотивуючої сили для активізації соціальної відповідальності бізнесу важливу роль мають зіграти органи регіональної влади, в розпорядженні яких є широкий асортимент інструментів підтримки бізнесу від пошуку інвесторів і до організаційних заходів щодо створення кластерів між виробничими суб'єктами господарювання, освітніми та науковими установами [240]. Частково ця робота ведеться в регіонах України навіть під час воєнного стану. Так, наприклад, за ініціативи платформи «Зроблено в Україні» [44] та за підтримки органів регіональної влади протягом 2024 р. було проведено:

Черкаський міжнародний економічний форум-2024 (листопад 2024 р.), метою якого став активний обмін досвідом між представниками бізнесу регіону щодо того, як суб'єктам господарювання виживати й успішно функціонувати під час

воєнного стану в країні та як боротися з тими ризиками, які несе суб'єктам господарювання повномасштабне військове вторгнення рф [20];

регіональний форум «Економічне відновлення та розвиток Харківської області в умовах війни» (квітень 2024 р.), метою якого було обрано висвітлення цілого комплексу актуальних проблем регіону та пошук можливих шляхів їх вирішення в складних умовах війни [7].

Стратегічною задачею проведення цих та подібних заходів став пошук рішень для зміни структури регіональної економіки з сировинної й ресурсомісткої на переробну й інноваційну, що і декларується в якості основної мети функціонування платформи «Зроблено в Україні», створення якої було ініційовано Президентом України в січні 2024 р. задля всебічної підтримки українського товаровиробника [44]. Досягнення цієї мети має створити в регіонах країни додаткові робочі місця високої якості, забезпечити достатні податкові надходження до бюджетів різних рівнів, щоб мати можливість країні самостійно забезпечити оборонну безпекову складову, і надати поштовх для розвитку підприємництва, що має стати основою економічної безпеки і повоєнного відновлення регіонів. Водночас, жодного питання про напрями активізації соціальної відповідальності бізнесу платформою на даний момент не піднімалося, що одночасно стримує як розвиток бізнесу, так і можливість вирішення гострих соціально-економічних проблем громад регіону.

Ще однією ініціативою Президента України в цьому напрямі стало започаткування у жовтні 2024 р. платформи «Діалог влади та бізнесу», яку запропоновано реалізовувати на базі Конгресу місцевих та регіональних влад при Президентіві України [58; 151]. Робота платформи безпосередньо розпочалася одночасно для тринадцяти областей України у жовтні 2024 р. і надалі планується її реалізовувати щомісяця (а в деяких регіонах прийнято рішення про щотижневі зустрічі влади з підприємцями) поки в онлайн форматі. При цьому перші діалоги було спрямовано на систематизацію проблем, з якими щоденно стикаються представники ділового середовища під час реалізації ними виробничо-господарської діяльності. Водночас, враховуючи той факт, що однією з

проголошених цілей функціонування Конгресу є «запровадження європейських стандартів у сфері місцевого самоврядування», є надія, що в перспективі під час постійного функціонування платформи будуть серед інших важливих проблемних аспектів обговорюватися і питання підтримки суб'єктів господарювання в реалізації ними функції соціальної відповідальності бізнесу. За умови, що на платформі «Діалог влади та бізнесу» почнеться розгляд проблемних аспектів в сфері соціальної відповідальності бізнесу, це стане першим кроком до подальшої гармонізації українського законодавства та практики у сфері соціальної відповідальності з відповідними європейськими стандартами [238].

Проведене в роботі дослідження дозволяє стверджувати, що на даний момент в Україні відсутня будь-яка політика щодо підтримки, спонукальної дії чи мотивації суб'єктів підприємницької діяльності до активного здійснення ними функції соціальної відповідальності з боку органів державної та регіональної влади, що суттєво обмежує шанси на успішне і швидке розв'язання всього комплексу проблем, які за часів незалежності України, і особливо в останнє десятиліття, накопичилися в економіці регіонів. Натомість активація соціальної відповідальності регіонального бізнесу вимагає поєднання фінансово-економічних стимулів, регуляторних механізмів, технологічних рішень при активній взаємодії та підтримки громадськості, що дозволить створити екосистему, у якій бізнеси будуть природно мотивовані діяти відповідально. Бізнес, держава і громадянське суспільство мають діяти прозоро, створюючи умови для взаємної довіри, що стане основою формування культури соціальної відповідальності в регіоні.

Узагальнюючи зарубіжний досвід у сфері формування політики соціальної відповідальності бізнесу та враховуючи українські реалії розвитку регіональної економіки пропонуємо зі всього розмаїття можливих інструментів підтримки соціально відповідального бізнесу обрати три ключові з них, які є найбільш дієвими та ефективними, а саме, іміджеві, фінансові та організаційні (рис. 3.12). Розглянемо окремо кожен групу інструментів портфелю підтримки соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання в регіоні.



Рис. 3.12. Ключові групи інструментів впливу на економічні інтереси суб'єктів господарювання України з метою активізації соціальної відповідальності бізнесу в регіоні

Джерело: складено автором

Іміджеві інструменти представляють собою комплекс комунікаційних, маркетингових та репутаційних механізмів, що використовується органами регіональної влади з метою створення в регіоні позитивного іміджу представників

ділового середовища, які активно демонструють принципи соціальної відповідальності бізнесу. Іміджеві інструменти забезпечують в регіоні позитивне сприйняття суб'єкта господарювання серед споживачів, партнерів, державних структур та інвесторів й одночасно всередині підприємства створюють передумови для успішного формування культури соціальної відповідальності. Застосування таких інструментів мотивує бізнес додатково інвестувати у соціальні проєкти, оскільки це сприяє його економічним інтересам – суттєвому підвищенню довіри споживачів, збільшенню розміру прибутку, залученню нових партнерів, зростанню конкурентоспроможності тощо. Разом з тим, щоб запобігти ймовірності маніпулювань та фальсифікацій реалізація даної групи інструментів має спиратися на результати об'єктивних моніторингу й аудиту соціальної відповідальності регіонального бізнесу, який має бути запущеним органами регіональної влади для всіх суб'єктів господарювання регіону незалежно від розміру та виду економічної діяльності. Важливо також застосовувати іміджеві інструменти не лише для мотивації соціальної відповідальності великого бізнесу, який через більшу фінансову свободу та доступ до соціальних мереж має можливість здійснювати масштабні PR-кампанії власних соціально відповідальних заходів, а й для активізації і підтримки соціальних та екологічних ініціатив, що йдуть від малого та середнього бізнесу, так як саме їх діяльність є рушієм соціально-економічного розвитку громад і економіки регіону.

В якості найбільш результативних іміджевих інструментів активізації зацікавленості суб'єктів господарювання регіону в реалізації заходів в межах соціальної відповідальності бізнесу можуть бути використаними органами регіональної влади такі: регіональні рейтинги соціально відповідальних суб'єктів господарювання із преміюванням переможців у номінаціях; публікації у засобах масової інформації та соцмережах; організація в регіоні семінарів, конференцій і тренінгів з соціальної відповідальності та сталого розвитку; створення регіональних платформ для діалогу та співпраці між бізнесом, владою, громадськими організаціями та іншими стейкхолдерами (табл. 3.2). Важливою умовою реалізації інструментів даного блоку є й громадський тиск через активну

позицію споживачів щодо соціальної відповідальності регіональних підприємств.

Таблиця 3.2

Іміджеві інструменти активізації зацікавленості суб'єктів господарювання регіону в реалізації заходів в межах соціальної відповідальності бізнесу

Інструмент	Характеристика впливу інструменту на активізацію соціально відповідальної поведінки бізнесу в регіоні
Регіональні рейтинги соціально відповідальних суб'єктів господарювання та преміювання переможців у номінаціях	Запровадження щорічних рейтингів для регіональних компаній, окремо в номінаціях для великого, середнього та малого бізнесу, що здійснюють важливі соціально відповідальні заходи з висвітленням подій в засобах масової інформації та оприлюдненням результатів на офіційному сайті органів регіональної влади. Критерієм рейтингу має стати розв'язання найбільш гострих соціальних та екологічних проблем регіону. За результатами рейтингу переможців слід нагородити, що створить додаткову зацікавленість у суб'єктів господарювання
Популяризація успішних кейсів у засобах масової інформації та соціальних мережах з метою інформаційної підтримки	Органи регіональної влади можуть ініціювати висвітлення найбільш успішних кейсів з соціальної відповідальності регіонального бізнесу на власних офіційних сайтах, у медіа, в блогах, здійснювати поширення інформації через лідерів думок, що дозволить забезпечити стейкхолдерів об'єктивною інформацією про реалізовані заходи, новини
Організація в регіоні семінарів, конференцій і тренінгів з соціальної відповідальності та сталого розвитку	Проведення на регіональному рівні тренінгів та інших освітніх заходів для громади і підприємців за тематикою сталого розвитку, соціальної відповідальності та цифрової грамотності. Запрошення в якості тренерів на заходи провідних фахівців ЗВО регіону та країни, топ-менеджерів соціально відповідальних підприємств з демонстрацією кращих практик та переваг від впровадження заходів
Створення регіональних платформ для конструктивного діалогу та співпраці між бізнесом, владою, громадськими організаціями та іншими стейкхолдерами	Органи регіональної влади можуть ініціювати створення в регіоні кластерних об'єднань соціально відповідального бізнесу з профільними ЗВО, науковими організаціями та іншими стейкхолдерами з метою фокусування зусиль та ресурсів учасників кластеру для вирішення найбільш гострих соціальних та екологічних проблем регіону, отримання реальних можливостей для реалізації проєктів смарт-спеціалізації в регіоні. Висвітлення діяльності кластеру, обмін досвідом

Джерело: складено автором

Важливу роль в успішній реалізації іміджевих інструментів у регіоні мають відіграти заклади освіти всіх рівнів через планомірне формування в регіональному соціумі культури соціально відповідального споживача і товаровиробника, запровадження механізму передачі та закріплення в свідомості молоді та дорослого населення громад базових знань про права людини, етичну поведінку, сталий розвиток та складові соціальної відповідальності. Запрошення в якості стейкхолдерів фахівців соціально відповідальних підприємств до викладання авторських курсів дозволить додатково забезпечити високий рівень наочності й практичної цінності матеріалу та на цій основі підвищить зацікавленість слухачів брати безпосередню участь в програмах і проєктах соціальної відповідальності. Таким чином вдасться поступово забезпечити кадровий потенціал керівного складу для соціально відповідальних підприємств. Співпраця соціально відповідальних підприємств із ЗВО регіону дозволить також розширити спектр інноваційних соціальних та екологічних проєктів задля сталого розвитку регіональної економіки, забезпечить консультування бізнесу щодо реалізації соціально відповідальної поведінки в режимі реального часу.

Не зважаючи на те, що в основі механізму реалізації іміджевих інструментів немає потужного фінансового важеля, запровадження їх на регіональному рівні на постійному підґрунті дозволить, з одного боку, суттєво підвищити рівень довіри населення регіону до соціально відповідальних представників ділового середовища, а з іншого – суттєво посилити мотивацію суб'єктів господарювання до здійснення заходів в межах соціальної відповідальності, які за нашою шкалою оцінки носять середній та низький рівень зацікавленості (табл. 3.1), що стане дієвим важелем сталого розвитку регіональної економіки.

Фінансові інструменти представляють собою комплекс економічних стимулів, наданих або організованих органами державної та регіональної влади для суб'єктів господарювання, спрямованих на їх матеріальне заохочення активно здійснювати в регіоні заходи в межах власної соціально відповідальної поведінки. Фінансові інструменти можуть мати різну форму прояву (податкові пільги, інвестиції, пільгові кредити, гранти, державні субсидії та інші фінансові

механізми) (табл. 3.3), разом з тим у них є одна об'єднуюча характеристика – вони всі мотивують бізнес добровільно вкладати кошти у важливі соціальні ініціативи, оскільки підприємець у цьому випадку крім іміджевих переваг отримує реальну фінансову вигоду і економічну користь. Отже, в основі використання фінансових інструментів лежить грошова підтримка бізнес-ініціатив і проєктів, що вирішують соціальні проблеми громади (освіта, ринок праці, медицина, соціальний захист, екологія тощо). Водночас підприємцям слід чітко розуміти, що для отримання певного виду підтримки потрібно здійснити потужні заходи у сфері соціальної відповідальності, які потребують значних інвестицій, а процедури отримання сторонньої допомоги та фінансування здебільшого носять ймовірнісний та нестабільний характер, супроводжуються високими вимогами до звітності.

Таблиця 3.3

Фінансові інструменти активізації зацікавленості суб'єктів господарювання регіону в реалізації заходів в межах соціальної відповідальності бізнесу

Інструмент	Характеристика впливу інструменту на активізацію соціально відповідальної поведінки бізнесу в регіоні
1	2
Податкові пільги та знижки, часткова компенсація витрат бізнесу на впровадження екологічних рішень або працевлаштування соціально незахищених верств населення	Рішення органів влади про можливість зменшення податкового навантаження на підприємства, що реалізують важливі для розвитку регіону соціальні та екологічні ініціативи (звільнення від оподаткування коштів, спрямованих на реалізацію соціальних і екологічних ініціатив; податкові канікули; повернення підприємству частини сплачених податків на реалізацію певної мети)
Пільгове кредитування суб'єктів господарювання, що реалізують соціально значущі ініціативи	Започаткування на державному та регіональному рівнях пільгових умов для кредитування суб'єктів господарювання, які беруть активну участь у розв'язанні гострих соціальних та екологічних проблем території
Створення регіональних фондів з метою підтримки важливих соціальних ініціатив бізнесу	Розробка та впровадження регіональних програм з розвитку соціальної відповідальності бізнесу, які передбачають систему заохочень та стимулів для соціально відповідального бізнесу, у тому числі створення відповідних регіональних фондів підтримки

Продовження табл. 3.3

1	2
Допомога великого бізнесу регіону, країни і світу суб'єктам господарювання малого та середнього підприємництва у вигляді грантів, інвестицій в стартапи, організації навчальних програм, партнерських ініціатив різного роду	Суб'єкти малого та середнього підприємництва мають стати рушієм регіональної економіки країни, так як створюють робочі місця безпосередньо в громадах, тим самим вирішуючи соціальні проблеми на місцях і забезпечуючи місцеве населення якісними товарами та послугами. При цьому, через невеликий оборот виробничо-господарської діяльності дрібні підприємці обмежені в ресурсах, що здебільшого унеможливило виконання ними функції соціальної відповідальності. Шефська допомога великого бізнесу стане підґрунтям для формування (наприклад, через отримання необхідних знань або фінансово-організаційну допомогу) соціально відповідальної поведінки підприємців
Залучення іноземних інвестицій	Соціально відповідальні компанії є більш привабливими для зарубіжних партнерів і тому відповідальний бізнес має більше шансів отримати підтримку міжнародних партнерів, грантове фінансування та доступні умови кредитування на розвиток

Джерело: складено автором

За рішенням влади витрати, які спрямовуються суб'єктами господарювання на важливі соціальні проєкти, освітні програми чи екологічні ініціативи можуть вираховуватися з оподаткованого прибутку, що одночасно принесе користь як суспільству, так і бізнесу. Такий підхід є досить поширеним в розвинених країнах світу [38] і ефект від нього буде полягати у тому, що бізнесу стане вигідніше вкладати кошти в проєкти та ініціативи соціальної та/або екологічної спрямованості, ніж просто платити податки, так як крім фінансової вигоди підприємство отримує додатково й іміджеві переваги у вигляді прихильності стейкхолдерів. Суттєвою підтримкою соціально відповідального бізнесу може стати і забезпечення йому пріоритету у державних закупівлях, і компенсування державою частини коштів, інвестованих підприємством у модернізацію виробництва з метою суттєвого скорочення негативного впливу на навколишнє середовище, і надання державними банками підприємцям пільгових кредитів для реалізації важливих для регіону соціально відповідальних проєктів.

Перспективи економічного розвитку регіонів та країни в цілому залежать від активізації інвестиційної діяльності, без якої неможливо забезпечити необхідні темпи зростання валового регіонального продукту, а, отже, і досягти вирішення соціальних й екологічних проблем території. В ринкових умовах господарювання забезпечення та підтримка потужних темпів економічного зростання, результативність модернізації виробничих потужностей, підвищення продуктивності діяльності суб'єктів господарювання, зумовлюються можливістю забезпечення суб'єктів господарювання відповідними обсягами інвестицій для реалізації їх стратегічних цілей [92]. Дійсно, без зростання інвестицій в основний капітал складно очікувати кардинального поліпшення у механізмі взаємодії інвестиційних складових економіки країни та регіонів і тому добре організована інвестиційна діяльність у світі вважається важливим принципом ефективності управління економікою на будь-якому рівні. Слід зазначити, що інвестиції також відіграють одну з ключових ролей у активізації соціальної активності бізнесу і реалізації Цілей сталого розвитку. Дійсно, підвищення ефективності регіональних економічних систем у значній мірі базується на приведенні в дію відтворювальних процесів на основі капітальних інвестицій, наданих на регіональному рівні. Саме створення через інвестиції умов для стійкого і сталого розвитку стає стимулом для регіональних відтворювальних процесів і дозволяє суттєво підвищити конкурентоздатність економіки регіонів. Водночас, в результаті дії значної кількості ризиків і потужних наслідків кризових станів в регіональній економіці, інвестиційна діяльність в регіонах країни носить здебільшого випадковий і стихійний характер, тобто інвестиційні потоки частіше всього не плануються виходячи із пріоритетності розвитку регіонів й галузей, розв'язання гострих соціальних проблем громади і зараз це змінити важко.

Суб'єкти господарювання, які демонструють соціально відповідальну поведінку, викликають більшу довіру серед стейкхолдерів, формують позитивний імідж та репутацію надійного товаровиробника, партнера і роботодавця. Саме такі представники ділового середовища є більш привабливими для інвесторів, у тому числі й іноземних. У таких суб'єктів господарювання суттєво зростають шанси на

отримання грантового фінансування соціально відповідальних проєктів від відомих міжнародних організацій і програм, таких як ЄБРР, SECO, Horizon Europe, USAID, GIZ тощо.

Отже, фінансові інструменти активізації зацікавленості суб'єктів господарювання регіону в реалізації конкретних заходів в межах соціальної відповідальності бізнесу являються потужним засобом впливу на економічну поведінку представників ділового середовища, мотивуючи їх до відкритої та активної соціальної позиції. Реалізація такої позиції на постійній основі буде поступово сприяти сталому розвитку території, підвищенню стабільності функціонування ділового середовища, покращенню екологічної ситуації та підвищенню якості й рівня життя населення регіону.

Організаційні інструменти представляють собою комплекс нормативно-організаційних механізмів активізації в регіоні соціальної відповідальності бізнесу через спрямовані координацію, регулювання, партнерство, стандартизацію та обмін досвідом, виконання вимог міжнародних стандартів та ESG-ініціатив. Дана група інструментів допомагає створити сприятливі умови для розвитку в регіоні соціально відповідального бізнесу, формування його позитивного іміджу та суттєвого покращення економічних результатів діяльності суб'єктів господарювання через розширення можливостей співпраці з потужними європейськими партнерами і зміцнення довіри українських й міжнародних споживачів його товарів. Позитивним також є той момент, що дотримання екологічних норм і соціальних стандартів в межах соціальної відповідальності скорочує ризики виникнення штрафів, санкцій та інших юридичних проблем для суб'єктів господарювання. Разом з тим, слід зауважити, що реалізація в Україні даної групи інструментів на даний момент є значно ускладненою через відсутність нормативного та регуляторного підґрунтя для реалізації регіональним бізнесом соціально відповідальної функції та зобов'язань щодо публікації нефінансової звітності. Викликає занепокоєння також і відсутність єдиного підходу до формування політики розвитку соціальної відповідальності бізнесу на національному та регіональному рівнях в Україні.

**Організаційні інструменти активізації зацікавленості суб'єктів
господарювання регіону в реалізації заходів в межах
соціальної відповідальності бізнесу**

Інструмент	Характеристика впливу інструменту на активізацію соціально відповідальної поведінки бізнесу в регіоні
Розробка та впровадження нормативних вимог, що зобов'язують бізнес у своїй діяльності дотримуватись екологічних, соціальних й етичних норм і стандартів	Запровадження чітких нормативних вимог щодо соціальної відповідальності бізнесу буде стимулювати суб'єктів господарювання не лише реалізовувати соціальні й екологічні ініціативи в регіоні, щоб відповідати наявним вимогам, а й розширювати зону охоплення позитивним ефектом від здійснених ініціатив, тобто ймовірним є перехід з зони високої зацікавленості суб'єкта господарювання в реалізації заходів до зони середньої або навіть низької зацікавленості, що є умовою відновлення економіки регіону
Запровадження обов'язкових вимог до підготовки і публікації суб'єктами господарювання нефінансових звітів	Запровадження в обов'язковому порядку вимог до градоутворюючих та критично важливих для розвитку економіки регіону суб'єктів господарювання оприлюднювати нефінансові звіти у розрізі показників у сфері соціальної відповідальності та корпоративного управління з метою прозорості та підзвітності
Запровадження незалежного моніторингу й оцінки соціальних ініціатив суб'єктів господарювання регіону	Запровадження незалежного моніторингу має стати важливим інструментом підвищення довіри стейкхолдерів до програм соціальної відповідальності бізнесу. Основною метою оцінки має стати реальний вплив проєктів на громаду, довкілля, економіку регіону
Стимулювання суб'єктів господарювання до проходження сертифікації й подальшого підтвердження відповідності вимогам Стандарту SA8000	Органи регіональної влади мають розробити та запровадити дієвий механізм стимулювання суб'єктів господарювання регіону до проходження сертифікації на Стандарт SA8000 та в подальшому на постійній основі підтверджувати відповідність діяльності вимогам стандарту. Це дозволить підвищити статус підприємства та буде сприяти інтеграції України в світовий ринок
Активізація ініціатив в межах програм державно-приватного партнерства	Співпраця між владою, представниками ділового середовища та іншими стейкхолдерами, спрямована на консолідацію зусиль і ресурсів для швидкого вирішення гострих соціальних та екологічних проблем регіону

Джерело: складено автором

Важливою умовою реалізації організаційних інструментів в Україні має стати розробка на законодавчому рівні нормативних документів, які б зобов'язували суб'єктів господарювання незалежно від виду економічної діяльності та розміру дотримуватись екологічних, соціальних та етичних стандартів, реалізовувати заходи, спрямовані на вирішення гострих соціальних й екологічних проблем регіону. Перспективним напрямом активізації соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання в повоєнний період також має стати розробка національної стратегії розвитку соціальної відповідальності бізнесу. Наступним кроком має стати впровадження конкретних положень про соціальну відповідальність бізнесу в стратегії регіонального розвитку, що стане умовою підвищення рівня залученості бізнесу до реалізації соціальних й екологічних проєктів та посилення координації дій між бізнесом, владою та громадськістю у напрямі досягнення Цілей сталого розвитку.

Вимога про обов'язковість оприлюднення на власних сайтах підприємств нефінансових звітів або м'яке спонукання до проходження сертифікації на Стандарт SA8000 має відкрити українському бізнесу шлях до більш легкого виходу на європейський та світовий ринки, переконання інвесторів. При цьому основні зусилля суб'єктів господарювання мають бути спрямованими на розкриття таких аспектів Глобальної ініціативи звітності, як економічні, екологічні, трудові, соціальні питання, права людини та відповідальність за продукт [302]. Залежно від того, на реалізацію якого напряму в межах соціальної відповідальності керівництво підприємства спрямовує більші зусилля, саме цей аспект отримає максимального висвітлення в нефінансовій звітності. І тут органи регіональної влади мають розробити дієвий механізм збалансування напрямів реалізації соціальної відповідальності бізнесу на території регіону, щоб отримати можливості для комплексного та сталого розвитку регіональної економіки.

Запровадження на рівні регіональної влади незалежного моніторингу соціальних й екологічних ініціатив бізнесу має стати важливим інструментом для підвищення прозорості, ефективності та довіри стейкхолдерів до проєктів соціальної відповідальності, що суб'єкти господарювання реалізують в регіоні.

Для цього у співпраці з провідними ЗВО регіону мають бути розробленими критерії та методика оцінювання реального впливу соціально відповідальних проєктів й ініціатив на громаду, довілля, ринок праці та економіку регіону. В якості незалежних експертів можуть бути запрошеними науковці та представники всіх груп стейкхолдерів. Оприлюднення результатів моніторингу на офіційному сайті органів регіональної влади та в засобах масової інформації дозволить знизити ризик маніпуляцій суспільною думкою. За результатами оцінювання мають бути надані конкретні рекомендації стосовно того, яким чином керівництво підприємства може посилити позитивний вплив на навколишнє середовище та громаду регіону.

Отже, можемо констатувати, що здебільшого організаційні інструменти носять спонукальний характер дії на соціально відповідальну поведінку суб'єктів господарювання, а мотивуюча функція проявляється у активації прагнення керівництва підприємства запобігти штрафів і санкцій через невиконання встановлених на законодавчому й регіональному рівнях вимог. Сьогодні в Україні ця група інструментів практично не використовується через те, що взагалі відсутнє нормативне регулювання питань соціальної відповідальності бізнесу в країні. Разом з тим, в повоєнний період саме ця група інструментів має стати базовою для побудови контурів соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання в регіоні та підтримки їх конкурентоспроможності на національному та міжнародному ринках, що буде сприяти поступовому досягненню регіональною економікою сталих тенденцій розвитку.

Ефективне використання всього портфелю перелічених інструментів стимулювання сприятиме підвищенню усередненого рівня соціальної відповідальності бізнесу в регіоні, що, в свою чергу, позитивно вплине на бренд товаровиробника і роботодавця суб'єктів господарювання та дозволить досягти суттєвого покращення рівня і якості життя населення в регіоні. При цьому найбільшого ефекту можливо буде досягти при збалансованому використанні одночасно трьох груп інструментів (іміджевих, фінансових та організаційних), що дозволить стати на шлях сталого розвитку бізнесу і регіональної економіки,

підвищити рівень соціальної відповідальності бізнесу в країні та наблизитися на регіональному рівні до виконання Цілей сталого розвитку.

Отже, можемо зробити загальний висновок, що в сучасних умовах соціально-економічного розвитку регіонів України соціальну відповідальність бізнесу слід розглядати не просто як іміджеву складову, а як критично важливий й ефективний елемент повоєнної відбудови держави та її економіки, підтримки суспільства й адаптації регіонального соціуму до нових економічних реалій. При цьому слід розуміти, що бізнес, який успішно реалізує проекти соціального і екологічного характеру, впроваджує інновації у свою виробничу діяльність, не лише допомагає країні, а й має реальні перспективи для отримання довгострокових конкурентних переваг на глобальному ринку. Водночас такий бізнес також потребує постійної підтримки різними методами і способами, щоб вистояти на ринку, підвищити власну конкурентоспроможність та принести ще більшу користь суспільству. Мотивація та спонукання бізнесу до соціальної відповідальності покликані сприяти не лише ефективному розвитку виробничо-господарської діяльності, а й створенню стійкого, етичного та інноваційного середовища в регіоні. Це стратегічний крок, який має стати системним процесом і на цьому підґрунті принести іміджеву й фінансово-економічну вигоду як самому бізнесу, так і суспільству в цілому, так як суб'єкт господарювання, який інвестує у соціальну сферу, створює кращі умови для власного багатовекторного розвитку.

У процесі написання третього розділу було використано джерела: [1; 4; 7; 10-12; 17; 18; 20; 35; 36; 38; 41; 42; 44; 48; 58; 64; 65; 86; 92; 96-99; 110; 112-114; 119-123; 125-151; 157; 161; 166; 177; 179; 182; 202; 208; 212; 214; 222; 233-235; 237; 238; 240; 245; 248; 251; 253; 255; 260; 276; 284; 302; 314; 317].

Основні положення розділу, результати дослідження і висновки опубліковано у наукових працях автора [71; 74; 78; 79; 82; 226; 315].

ВИСНОВКИ

У дисертації здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано нові наукові підходи до виконання актуального науково-практичного завдання, яке полягає в поглибленні теоретичних засад соціальної відповідальності бізнесу та формуванні практичних рекомендацій щодо оцінювання можливостей активізації цього процесу на регіональному рівні з метою забезпечення соціально-економічного розвитку та екологічної безпеки регіональної економіки, досягнення на рівні регіону Цілей сталого розвитку. Узагальнення й систематизація результатів дослідження дали підставу сформулювати такі висновки:

1. Доведено, що соціальна відповідальність бізнесу відіграє важливу роль у забезпеченні світового порядку, гарантуванні спокою та безпеки, створенні умов для гідного рівня життя й задоволенні базових потреб людини на планеті та в окремих її регіонах, країнах. Окреслено можливі напрями спрямування зусиль суб'єктами господарювання щодо реалізації соціально відповідальної поведінки (мінімізація негативного впливу діяльності на навколишнє середовище та людину; ліквідація вже заподіяної людиною природі та суспільству шкоди незалежно від її джерела та часу прояву; запровадження програм, спрямованих на розв'язання локальної екологічної, економічної або соціальної проблеми). Запропоновано власне бачення щодо складових соціальної відповідальності бізнесу, що охоплюють всі потенційні сфери позитивного впливу суб'єктів господарювання на навколишнє середовище та життя людини. Виокремлено п'ять етапів процесу становлення та розвитку у часі концепції соціальної відповідальності бізнесу в світі.

2. Обґрунтовано глобальні завдання та визначено їх відповідність Цілям сталого розвитку. До глобальних завдань віднесено скорочення і подолання нанесеної діяльністю людини шкоди навколишньому природному середовищу планети, що корелюється з Цілями 2, 13 та 15; максимальне збереження різноманіття природного середовища та культурного життя на планеті, що корелюється з Цілями 3-5, 14; кероване використання природних ресурсів

планети, що корелюється з Цілями 1, 6, 7; дотримання критеріїв раціональності, безпечності, доцільності та ефективності при прийнятті рішень, що корелюється з Цілями 8-10; усвідомлення людством впливу сьогоднішніх дій на сценарії розвитку майбутнього, що корелюється з Цілями 11, 12, 16, 17. Сформовано матрицю можливих шляхів реалізації суб'єктами господарювання регіонів країни взятих на себе зобов'язань в межах соціальної відповідальності бізнесу, яку сформовано на основі вивчення найкращих практик реалізації провідними зарубіжними та українськими підприємствами положень концепцій соціальної відповідальності та сталого розвитку.

3. Обґрунтовано принципи соціальної відповідальності бізнесу, в основу яких покладено систематизацію досвіду формування соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання в країнах світу з різним рівнем економічного розвитку. Перший принцип пов'язано з прозорістю, підзвітністю та вичерпним розкриттям інформації про вплив виробничо-господарської діяльності на навколишнє середовище та суспільство й він реалізується через періодичне оприлюднення нефінансового звіту про діяльність суб'єкта господарювання. Другий принцип характеризується відповідальністю суб'єкта господарювання перед суспільством за ризики від кожного прийнятого управлінського рішення й реалізується у глибокому аналізі фахівцями потенційних наслідків для суспільства, економіки та екології регіону від діяльності підприємства. Третій принцип обумовлює спрямованість на інноваційний розвиток всіх сфер функціонування суб'єкта господарювання, що має базуватися на безперервному професійному розвитку персоналу та техніко-технологічній модернізації виробництва. Четвертий принцип пов'язано з орієнтацією на гуманність, моральність та відчуття суспільного обов'язку перед майбутніми поколіннями людства, тобто тих морально-етичних установок, які керівництво підприємства має закласти в основу своєї стратегії розвитку.

4. Запропоновано авторську методику оцінювання проявів соціальної відповідальності бізнесу залежно від впливу кризових явищ, в основу якої покладено послідовну оцінку реагування українського бізнесу на три хвилі

зовнішніх викликів останніх десяти років та встановлення ступеня готовності підприємців здійснювати соціально відповідальні дії залежно від рівня загрози, що насувається. Перша хвиля кризи розпочалася у 2014 р. через анексію рф АР Крим та окупацію частини Донецької і Луганської областей. Встановлено, що у цей період ініціативи соціальної відповідальності українського бізнесу обмежувалися територіальними рамками постраждалих регіонів та зосереджувалися на розв'язанні внутрішніх проблем. Друга хвиля розпочалася у 2020 р. через пандемію COVID-19 та карантинні обмеження, що вплинули на функціонування всіх учасників ділового середовища країни. Соціальні ініціативи бізнесу у цей період реалізовувалися у двох напрямках – забезпечення безпеки власного персоналу та комплексна допомога медичним закладам регіону. Третя хвиля пов'язана з повномасштабним військовим нападом рф у 2022 р. та супроводжувалася значним підвищенням рівня соціальної відповідальності бізнесу країни, що проявлялося у різний спосіб – від допомоги армії і до гуманітарної допомоги.

5. Розроблено методичний підхід щодо комплексного оцінювання стратегічної орієнтації регіону на активізацію соціальної відповідальності бізнесу. В основу методики покладено оцінювання ступеня спрямованості стратегій регіонального розвитку на поширення серед представників регіонального бізнесу принципів соціальної відповідальності за трьома критеріями: конкретизація цілей, визначення механізму дій та деталізація інструментів досягнення проголошених цілей. Узагальнення результатів оцінювання дозволило встановити, що в актуальних регіональних стратегіях розвитку всі три критерія виконуються лише для однієї області, два критерія – для трьох областей та один критерій – для двох областей країни. Констатовано, що стратегії розвитку інших вісімнадцяти областей країни не спрямовані на активізацію соціальної відповідальності бізнесу, що виступає суттєвим гальмуючим чинником реалізації в регіонах України Цілей сталого розвитку.

6. Запропоновано концептуальний підхід до встановлення контурів реалізації регіональним бізнесом функції соціальної відповідальності, в основу якого

покладено деталізацію за критеріями об'єктивності, доцільності та економічності основних напрямів прояву суб'єктами господарювання соціально відповідальної поведінки в межах концепції сталого розвитку. За результатами використання підходу для кожної з сімнадцяти Цілей сталого розвитку окреслено та охарактеризовано соціально відповідальні ініціативи бізнесу, реалізація яких на практиці стане умовою поступового переходу регіоном на економіку сталого розвитку.

7. Конкретизовано переваги та виклики, пов'язані з впровадженням новітніх технологій в сферу реалізації бізнесом функції соціальної відповідальності. Запропоновано портфель методів і технологій підвищення ефективності реалізації бізнесом функції соціальної відповідальності. Пропоновано до використання три групи методів в межах загального портфелю: реінжиніринг бізнес-процесів; технології комунікації та взаємодії зі стейкхолдерами; соціальні й освітні інструменти. В межах першої групи методів обґрунтовано доцільність використання технології ресурсозбереження, зеленої та циркулярної економіки, штучного інтелекту, Інтернету речей, цифрових двійників підприємства, розумної екології, відновлювальних джерел енергії, методів енергоефективності, технології блокчейну. Другу групу методів представлено соціальними мережами, мобільними додатками, web-платформами, гейміфікацією, краудсорсингом та краудфандингом. Третя група методів містить різні форми співпраці бізнесу з ЗВО регіону, соціальне підприємництво та корпоративне волонтерство. Визначено можливість застосування методів кожної групи для реалізації на практиці узагальнених складових соціальної відповідальності бізнесу.

8. Оцінено зацікавленість суб'єктів господарювання регіону в реалізації заходів з соціальної відповідальності бізнесу, спрямованих на досягнення Цілей сталого розвитку за критерієм наближеності до стратегічних цілей діяльності підприємства (отримання прибутку та перспективний розвиток). Доведено, що найбільша кількість заходів характеризується низькою зацікавленістю суб'єктів господарювання у їх реалізації та існує потреба у використанні додаткового мотивуючого впливу на соціально відповідальну поведінку представників

ділового середовища з боку органів регіональної влади. Обґрунтовано доцільність використання трьох груп інструментів впливу на економічні інтереси суб'єктів господарювання України задля активізації соціальної відповідальності бізнесу в регіоні, до яких віднесено іміджеві, фінансові та організаційні. Визначено зміст, механізм дії, обмеження та конкретні інструменти впливу в межах кожної групи інструментів. Доведено, що найбільшого ефекту можливо досягти при збалансованому використанні органами регіональної влади одночасно трьох груп інструментів впливу на економічні інтереси суб'єктів господарювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арєф'єва О.В., Побережна З.М. Організаційно-економічне забезпечення антикризового управління бізнес-процесами при реалізації реінжинірингу діяльності підприємства. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2020. №4. С. 155-162.
2. АТБ-маркет. Офіційний сайт. URL: <https://www.atbmarket.com/> (дата звернення: 11.04.2024).
3. Бобух І. Поведінкова економіка та сталий розвиток: ключові аспекти взаємозв'язку. *Економіст*. 2016. №6. С. 4-8.
4. Бризанська О.В. Відповідальність за заподіяння шкоди навколишньому природному середовищу за Статутом Міжнародного кримінального суду. *Слово Національної школи суддів України*. 2023. №1. С. 155-164.
5. Будько О.В., Галатов Б.М. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент бізнес-стратегії розвитку підприємств. *Економічний вісник Дніпровського державного технічного університету*. 2023. №1. С. 49-57.
6. Ваніна Я.А., Косенко А.В. Концептуальні аспекти соціальної відповідальності бізнесу та перспективи її практичної реалізації в Україні. *Теорія та практика державного управління*. 2021. Вип. 2. С. 76-85.
7. Відбувся регіональний форум «Економічне відновлення та розвиток Харківської області в умовах війни». Харківська обласна рада. URL: <https://oblrada-kharkiv.gov.ua/2024/04/08/vidbuvsya-regionalnyj-forum-ekonomichne-vidnovlennya-ta-rozvytok-harkivskoyi-oblasti-v-umovah-vijny/> (дата звернення: 28.12.2024).
8. Відповідальний бізнес: як компанії підтримували одна одну та суспільство. URL: <https://eba.com.ua/vidpovidalnyj-biznes-yak-kompaniyi-pidtrymuvaly-odna-odnu-ta-suspilstvo/> (дата звернення: 10.04.2022).
9. Владимир О., Бажанова Н. Суспільні виклики та соціальна відповідальність бізнесу у час війни. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 2. С. 45-62.

10. Внутрішньо переміщені особи. Міністерство соціальної політики України.
URL: <https://www.msp.gov.ua/timeline/Vnutrishno-peremishcheni-osobi.html> (дата звернення: 20.02.2024).
11. Глобальні цілі сталого розвитку. 2015-2030. ПРООН Україна. URL: <https://www.undp.org/sustainable-development-goals> (дата звернення: 06.04.2022).
12. Гречко А.В., Очеретяна О.В. Вплив складових сталого розвитку на підвищення ефективності підприємництва в умовах регіональних бізнес-трансформацій. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2023. №4. С. 75-79.
13. Декларація тисячелеття Організації Об'єднаних Націй. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/summitdecl.shtml (дата звернення: 08.04.2022).
14. Дерев'янка А. Що чекає бізнес у посткоронавірусну епоху. Європейська Бізнес Асоціація. 2020. URL: <https://eba.com.ua/shho-chekaye-biznes-u-postkoronavirusnu-epohu/> (дата звернення: 20.02.2024).
15. Директор Інституту демографії прогнозує повернення в Україну після війни близько 50% громадян. Interfax-Україна. Інформаційне агентство. URL: <https://interfax.com.ua/news/general/949656.html> (дата звернення: 07.09.2023).
16. Дніпро активно приймає та підтримує релоковані бізнеси. Дніпро TV. URL: <https://dnipro.tv/news-dnipro/dnipro-aktyvno-pryimaie-ta-pidtrymuie-relokovani-biznesy/> (дата звернення: 17.11.2023).
17. Драпак Б. У спадок майбутнім поколінням ми повинні передати щонайменше розораних, забруднених, занехаяних лу́гів-берегів і сільськогосподарських угідь. *Зерно і хліб*. 2014. №1. С. 19-20.
18. Другова О.С. Соціальне підприємництво: шлях до сталого розвитку бізнесу та суспільства. *Суспільство та національні інтереси*. 2024. №4. С. 945-958.
19. ДТЕК. Офіційний сайт. URL: <https://dtek.com/> (дата звернення: 11.04.2024).
20. Економіка відновлення: на Черкащині відбувся міжнародний економічний форум. Черкаська обласна державна адміністрація. URL: <https://ck-oda.gov.ua/holova-oda/ekonomika-vidnovlennya-na-cherkashhini-vidbuvsya-mizhnarodnij-ekonomichnij-forum/> (дата звернення: 29.12.2024).

21. За підтримки ДТЕК у студентів НТУ «Дніпровська політехніка» з'явилася нова комп'ютерна техніка. Офіційний сайт компанії ДТЕК. Медіа-центр. Новини. URL: [https://dtek.com/media-center/news/pri-podderzhke-dtek-u-studentov-ntu-dneprovskaya-politekhnika-poyavilas-novaya-kompyuternaya-tekhnika-/](https://dtek.com/media-center/news/pri-podderzhke-dtek-u-studentov-ntu-dneprovskaya-politekhnika-poyavilas-novaya-kompyuternaya-tekhnika/) (дата звернення: 12.01.2024).
22. Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення» №4004-XII від 24 лютого 1994 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4004-12#Text> (дата звернення: 07.05.2024).
23. Закон України «Про зайнятість населення» №5067-VI від 05.07.2012 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text> (дата звернення: 20.02.2024).
24. Закон України «Про колективні договори і угоди» №3356-XII від 1 липня 1993 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3356-12#Text> (дата звернення: 20.02.2024).
25. Закон України «Про організації роботодавців, їх об'єднання, права і гарантії їх діяльності» №5026-VI 22 червня 2012 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5026-17#Text> (дата звернення: 20.02.2024).
26. Закон України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні» №875-XII від 21 березня 1991 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/875-12#Text> (дата звернення: 22.02.2024).
27. Закон України «Про основні засади соціального захисту ветеранів праці та інших громадян похилого віку в Україні» №3721-XII від 16 грудня 1993 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3721-12#Text> (дата звернення: 20.02.2024).
28. Закон України «Про охорону праці» №2694-XII від 14 жовтня 1992 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2694-12#Text> (дата звернення: 20.02.2024).
29. Закон України «Про пенсійне забезпечення» №1788-XII від 5 листопада 1991 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1788-12#Text> (дата звернення: 20.02.2024).
30. Закон України «Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)» №137/98-ВР від 3 березня 1998 р. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/137/98-%D0%B2%D1%80#Text>

(дата

звернення: 23.02.2024).

31. Закон України «Про професійний розвиток працівників» № 4312-VI від 12 січня 2012 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4312-17#Text> (дата звернення: 20.02.2024).
32. Закон України «Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності» №1045-XIV від 15 вересня 1999 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1045-14#Text> (дата звернення: 20.02.2024).
33. Закон України «Про соціальний діалог в Україні» №2862-VI від 23 грудня 2010 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2862-17#Text> (дата звернення: 20.02.2024).
34. Закон України «Про соціальні послуги» №2671-VIII від 17.01.2019 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text> (дата звернення: 22.04.2024).
35. Законодавство України. Верховна Рада України. Офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws> (дата звернення: 05.05.2022).
36. Залознова Ю.С. Пріоритетні напрями розвитку персоналу підприємств на засадах соціальної відповідальності як інструменту досягнення сталого розвитку. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки*. 2017. Вип. 12(1). С. 194-201.
37. Захарова О.В. Привабливий бренд роботодавця: умови створення та інструменти оцінки. *Україна: аспекти праці*. 2015. №4. С. 18-23.
38. Захарова О.В. Управління інвестуванням у людський капітал: методологія, оцінка, планування: монографія. Донецьк: ТОВ «ДРУК-ІНФО», 2010. 378 с.
39. Захарова О.В., Макаров І.А. Соціальна відповідальність бізнесу як основа сталого розвитку сільськогосподарських регіонів України. *Економіка та суспільство*. 2023. №53. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-100> (дата звернення: 11.01.2024).
40. Захарова О.В., Орел А.О. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні під час повномасштабного воєнного вторгнення рф. *Трансформаційна економіка*.

2023. №5 (05). С. 140-147.

- 41.Захарова О.В., Шульга О.О. Роль соціально відповідального бізнесу в реалізації цілей сталого розвитку. *Інтелект XXI*. 2023. №4. С. 70-76.
- 42.Захарова О.В., Шумасва О.О., Соловцова О.П. Управління змінами. Донецьк: ТОВ «ВРА «Епіцентр», 2014. 453 с.
- 43.Зменшення народжуваності, міграція та смертність: як Україна відновлюватиме демографічний рівень. Kyiv Post Ukraine's Global Voice. URL: <https://www.kyivpost.com/uk/post/31481> (дата звернення: 07.09.2023).
- 44.Зроблено в Україні. Платформа. URL: <https://madeinukraine.gov.ua/> (дата звернення: 28.12.2024).
- 45.IBM. URL: <https://www.ibm.com/us-en> (дата звернення: 11.04.2024).
- 46.Іграшкові цеглинки Lego виготовлятимуться із екологічних матеріалів. <https://ecolog-ua.com/news/igrashkovi-ceglinki-lego-vigotovlyatimutsya-z-ekologichnih-materialiv> (дата звернення: 12.01.2024).
- 47.Каталог внеску бізнесу в Перемогу в російсько-українській війні. CSR Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org/catalog-actions-of-companies-in-the-russian-ukrainian-war/> (дата звернення: 07.09.2024).
- 48.Качановський О.І. Екологічні проблеми використання земельних ресурсів в умовах інтенсивного видобутку корисних копалин. *Екологічні науки*. 2020. №1. С. 140-143.
- 49.Київстар. Офіційний сайт. URL: <https://kyivstar.ua/> (дата звернення: 11.04.2024).
- 50.Кількість діючих підприємств за видами економічної діяльності у розрізі регіонів за 2014-2023 роки. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 05.05.2022).
- 51.Кількість зайнятих працівників на підприємствах за видами економічної діяльності у розрізі регіонів за 2014-2023 роки. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 05.05.2022).
- 52.Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Економічна теорія*. 2013. №4. С. 5-26.

53. Конвенція МОП №1 про обмеження тривалості робочого часу на промислових підприємствах до восьми годин на день і сорока восьми годин на тиждень. International Labour Organization. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/993_155#Text (дата звернення: 17.06.2023).
54. Конвенція МОП №3 про працю жінок до та після пологів. International Labour Organization. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/993_315#Text (дата звернення: 17.06.2023).
55. Конвенція МОП №4 про працю жінок у нічний час. International Labour Organization. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/993_080#Text (дата звернення: 20.08.2023).
56. Конвенція МОП №5 про мінімальний вік прийняття дітей на роботу в промисловості. International Labour Organization. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/993_109#Text (дата звернення: 20.08.2023).
57. Конвенція МОП №6 про нічну працю підлітків в промисловості. International Labour Organization. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/993_124#Text (дата звернення: 21.08.2023).
58. Конгрес місцевих та регіональних влад при Президентові України. URL: <https://www.congress.gov.ua/> (дата звернення: 29.12.2024).
59. Кофанов О.Є., Кофанова О.В. Екологічні проблеми підземної і наземної урбаністики. *Вісті Донецького гірничого інституту*. 2021. №1. С. 119-134.
60. Куди переїжджає український бізнес з початком повномасштабного вторгнення: статистика Опендатабот. Mixfin. URL: <https://mixfin.com/ua/blog/relokatsiia-biznesu-v-ukraini> (дата звернення: 07.09.2024).
61. Луценко О.М. Впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності. *Вісник Донбаської державної машинобудівної академії*. 2015. №3 (36). С. 223-229.
62. Майже 30% населення України живе за межею бідності – Світовий банк. Слово і діло: Аналітичний портал. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2024/05/31/novyna/ekonomika/majzhe-30-naselennya->

ukrayiny-zhyve-mezheyu-bidnosti-svitovyy-bank (дата звернення: 07.09.2024).

- 63.Манн Р.В., Березюк-Рибак І.Р., Момот С.В. Посилення ролі соціальної відповідальності бізнесу у постпандемічний період. *Трансформація підходів в управлінні та маркетингу у постпандемічний період*: монографія / під заг. ред. д.е.н., проф. Храпкіної В.В., к.е.н., доц. Пічик К.В. Київ: Інтерсервіс, 2022. Підр. 3.3. С. 145-152.
- 64.Матвійчук А.О. Право майбутніх поколінь на сприятливе навколишнє природне середовище: реалії та перспективи. *Юридична наука*. 2013. №4. С. 43-50.
- 65.Мельник А.О., Соловійова Т.М. Особливості застосування реінжинірингу бізнес-процесів на вітчизняних підприємствах. *Економічний форум*. 2020. №3. С. 63-70.
- 66.Метінвест. Офіційний сайт. URL: <https://metinvestholding.com/ua> (дата звернення: 11.04.2024).
- 67.Міжнародний Стандарт «Соціальна відповідальність» (SA8000). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0015697-07/sp:max50:nav7:font2#Text> (дата звернення: 02.06.2024).
- 68.Момот С. Законодавча підтримка соціально відповідальної поведінки бізнесу в Україні. *Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах*: Матеріали ІХ Міжн. наук.-практ. конф.: зб. тез доповідей / за заг. ред. О.В. Панухник (м. Тернопіль, 05 лист. 2022 р.). Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2022. С. 20-22.
- 69.Момот С.В. Аргументи щодо доцільності поширення принципів соціальної відповідальності бізнесу. *Проблематика та інноваційна парадигма розвитку економіки, бізнесу та hr-інжинірингу*. Матеріали І Міжнар. наук.-практ. дистанційної конф. (м. Хмельницький, 11-12 лист. 2021 р.). Хмельницький: ХНУ, 2021. С. 231-233.
- 70.Момот С.В. Визначальні складові соціальної відповідальності бізнесу. *Виклики та перспективи розвитку нової економіки на світовому, державному та*

- регіональному рівнях: збірник матеріалів XVI Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 25-26 лист. 2021 р.) / за ред. А.В. Череп. Запоріжжя: ФОП Мокшанов В.В., 2021. С. 250-251.
- 71.Момот С.В. Вплив соціальної відповідальності бізнесу на реалізацію принципів сталого розвитку в регіоні. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. Черкаси: ЧДТУ, 2022. Вип. 64. С. 27-36.
- 72.Момот С.В. Етапи становлення та розвитку концепції соціальної відповідальності бізнесу. *Socially competent management of corporations in a behavioral economy: Collection of scientific papers / resp. ed Konstantin Pavlov, Elena Pavlova, Ludmila Shostak, Tatiana Bukoros, Josef Zyatko*, 2021. European institute of further education, Podhájska, 2021. Chapter II. С. 193-194.
- 73.Момот С.В. Інструментарій підтримки соціальної відповідальності бізнесу в регіоні. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: Матеріали XXX Міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD-2022* (м. Харків, 19-21 жовт. 2022 р.). Харків: НТУ «ХПІ», 2022. С. 567.
- 74.Момот С.В. Напрями реалізації суб'єктами господарювання соціально відповідальної поведінки в межах Цілей сталого розвитку. *Via Economica*. 2024. №5. 130-137.
- 75.Момот С.В. Нормативне підґрунтя для реалізації соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Теорія і практика сучасної економіки: матеріали XXIII Міжн. наук.-практ. конф. / відп. ред. Р.В. Манн; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т.* (м. Черкаси, 20 жовт. 2022 р.). Черкаси: ЧДТУ, 2022. С. 116-117.
- 76.Момот С.В. Принципи поширення соціальної відповідальності бізнесу в регіоні. *Сучасні кризові явища в економіці та проблеми облікового, контрольного та аналітичного забезпечення управління підприємством: Матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. конф.* (м. Луцьк, 24 черв. 2022 р.). Вип. 14. Луцьк: ВІП ЛНТУ, 2022. С. 130-132.

- 77.Момот С.В. Прояв соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання України в період криз останніх років. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. Т. 28. Вип. 4(98). 2023. С. 56-62.
- 78.Момот С.В. Роль соціально відповідального бізнесу в реалізації принципів сталого розвитку. *Проблеми розвитку соціально-економічних систем в національній та глобальній економіці*. Праці XXII Всеукр. наук. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених (м. Вінниця, 18 квіт. 2022 р.). Т. 1. Ред. кол. Хаджинов І.В. (голова) та ін. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2022. С. 29-32.
- 79.Момот С.В. Роль соціальної відповідальності бізнесу в підвищенні якості життя населення регіону. *Improving living standards in a globalized world: opportunities and challenges*. Monograph. Editors: Tetyana Nestorenko, Tadeusz Pokusa. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2021; 2.14; pp. 300-306.
- 80.Момот С.В. Соціальна відповідальність бізнесу як важіль подолання соціально-економічних наслідків криз. *Економіка і організація управління. Зб. наук. праць*. Вінниця: ДонНУ ім. Василя Стуса, 2023. Вип. №2 (50). С. 160-170.
- 81.Момот С.В. Соціальна відповідальність бізнесу: передумови виникнення та поширення. *Теорія і практика сучасної економіки*. Матеріали XXII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Черкаси, 20 жовт. 2021 р.) / відп. ред. Р.В. Манн; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси: ЧДТУ, 2021. С. 41-43.
- 82.Момот С.В., Манн Р.В. Розвиток бізнес-процесів у напрямі забезпечення реалізації принципів сталого розвитку регіону. *Розвиток статистики бізнес процесів в умовах інформаційно-комунікаційних технологій та глобальних зрушень: проблеми та перспективи*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених / за загальною редакцією С.І. Рассадникової. Міжнародний гуманітарний університет (м. Одеса, 22 трав. 2024 р.). Tallinn: Teadmus, 2024. С. 69-72.
- 83.МХП. Офіційний сайт. URL: <https://mhp.com.ua/uk/> (дата звернення:

11.04.2024).

84. На виплати допомоги внутрішньо переміщеним особам у січні було спрямовано понад 6,2 мільярда гривень. Міністерство з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України. Лютий 2023 р. URL: <https://minre.gov.ua/2023/02/11/na-vyplaty-dopomogy-vnutrishno-peremishhenym-osobam-u-sichni-bulo-spryamovano-ponad-62-milyarda-gryven/> (дата звернення: 07.09.2023).
85. На порозі штучного інтелекту: не станьте зайвими людьми. Юваль Ной Харарі, промова у Давосі, 24.01.2020. URL: <https://radiolemberg.com/ua-articles/ua-allarticles/na-porozhi-shtuchnoho-intelektu-ne-stante-zayvymy-lyudmy> (дата звернення: 20.02.2024).
86. Нагієва А.І. Бізнес-орієнтація на зелений маркетинг як інструмент забезпечення сталого розвитку. *Економічний простір*. 2023. №184. С. 158-163.
87. Нафтогаз України. Офіційний сайт. URL: <https://www.naftogaz.com/> (дата звернення: 11.04.2024).
88. Національні рахунки України. 2020 р. Київ: Державна служба статистики України, 2022. 223 с.
89. Нетименко К. Не лише донати на ЗСУ: як бізнесу створювати цінність під час війни. Українська правда. Грудень 2022 р. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/5/694601/> (дата звернення: 08.09.2023).
90. Нефьодова К.А. Корпоративне волонтерство як складова соціальної відповідальності бізнесу. *Соціально-трудова відносина: теорія та практика*. 2016. №1. С. 292-300.
91. НІБУЛОН. Офіційний сайт. URL: <https://www.nibulon.com/> (дата звернення: 11.04.2024).
92. Одінцов М.М., Одінцов О.М., Момот С.В. Вплив обсягів капітальних інвестицій на зростання валового регіонального продукту в регіонах України. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. Черкаси: ЧДТУ, 2021. Вип. 63. С. 33-

- 41.
93. Окупація Донбасу і Криму коштувала Україні майже 20% ВВП, – віцепрем'єр. SMIDA. URL: https://smida.gov.ua/news/allnews/okupaciya_donbasu_i_krimu_koshtuvala_ukrayini_majjzhe_20%25_vvp_vicepre_mehr (дата звернення: 24.02.2024).
94. Опитування українських біженців у Німеччині, Польщі та Чехії: задоволеність життям закордоном, повернення в Україну, інтерес до ситуації в Україні. Київський міжнародний інститут соціології. URL: <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1408&page=3> (дата звернення: 07.09.2024).
95. ПАТ НВЦ «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод». URL: <http://bcpp.com.ua/> (дата звернення: 21.11.2024).
96. Патицька Х.О. Соціальний капітал як чинник сталого розвитку територіальних громад: поведінковий аспект. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2022. Вип. 1. С. 10-15.
97. Пацева І.Г., Алпатова О.М., Демчук Л.І., Кірейцева Г.В., Левицький В.Г. Сучасний стан навколишнього природного середовища в умовах впливу війни. *Екологічні науки*. 2022. №4. С. 19-22.
98. Перерва П.Г., Шаульська Л.В., Кобелєва Т.О. Формування та використання системи моніторингу підприємницьких ризиків як запорука сталого розвитку бізнес-структур. *Економіка і організація управління*. 2023. Вип. 1. С. 34-44.
99. Перетворення нашого світу: Порядок денний у галузі сталого розвитку на період до 2030 року. Генеральна Асамблея ООН. Сімдесята сесія. 25 вересня 2015 року. A/RES/70/1. 38 с.
100. Плахова О.М. Корпоративне волонтерство як прояв соціальної відповідальності бізнесу. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. 2014. Вип. 20. С. 263-266.
101. Показники діяльності підприємств, згруповані за спеціальними агрегаціями, передбаченими у Регламенті (ЄС) 2020/1197 від 30.07.2020 щодо європейської статистики підприємств у 2010-2022 роках. Державна служба статистики

- України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 07.09.2023).
102. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки» від 5 серпня 2020 р. №695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 28.11.2024).
103. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року» від 3 березня 2021 р. №179. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/179-2021-%D0%BF#Text> (дата звернення: 22.11.2024).
104. ПрАТ «Мукачівська трикотажна фабрика «Мрія». URL: <http://www.mriyamukachevo.com/> (дата звернення: 21.11.2024).
105. Прихистимо кожного: в Україні – понад 5 тис. місць компактного поселення для внутрішньо переміщених осіб. Міністерство з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України. Жовтень 2022 р. URL: <https://minre.gov.ua/2022/10/14/pryhystymo-kozhnogo-v-ukrayini-ponad-5-tys-misch-kompaktnogo-poselennya-dlya-vnutrishno-peremishhenyh-osib/> (дата звернення: 07.09.2023).
106. Пріхно І.М., Красіков С.В. Моделі соціальної відповідальності бізнесу та оцінка їхньої придатності до різних типів бізнесу. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2024. Вип. № 1(85). С. 137-143.
107. Пріхно І.М., Красіков С.В. Соціальна відповідальність бізнесу: добровільна ініціатива чи обов'язок. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2023. Вип. №2 (128). С. 87-92.
108. Пріхно І.М., Макаров І.А. Досвід України у реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2024. Т. 29. Вип. 2(100). С. 49-53.
109. Програма релокації підприємств. Міністерство економіки України. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e766cf9-f3ca-4121-8679-e4853640a99a&title=ProgramaRelokatsiiPidprimstv> (дата звернення: 09.12.2023).
110. Проданова Л.В., Тодоров П.А. Інноваційні підходи до реалізації

- корпоративної соціальної відповідальності у великому бізнесі: успішні кейси та основні тенденції. *Приазовський економічний вісник*. 2023. Вип. 2 (34). С. 60-66.
111. Проданова Л.В., Тодоров П.А. Особливості розвитку ініціатив корпоративної соціальної відповідальності в умовах мілітарного впливу на економіку України. *Підприємництво та інновації*. 2023. №27. С. 98-103.
 112. Пугач В. Проблема вичерпності мінерально-сировинних ресурсів у контексті забезпечення сталого надрокористування. *Економіка природокористування і охорони довкілля*. 2015. С. 226-235.
 113. Райко Д.В., Подрез О.І. Соціальна відповідальність як інструмент управління сталим розвитком промислового підприємства. *Проблеми економіки*. 2020. №1. С. 173-189.
 114. Рибалко-Рак Л.А., Опришко В.І., Білан Л.П., Держій Р.В. Організаційний підхід до оцінки реінжинірингу бізнес-процесів підприємства. *Бізнес Інформ*. 2023. №10. С. 347-352.
 115. Робота директорату у справах внутрішньо переміщених осіб та тимчасово окупованих територій. Міністерство з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України. Жовтень 2023 р. URL: <https://minre.gov.ua/zvit-2022-2023/roboata-dyrektoratu-u-spravah-vnutrishno-peremishhenyh-osib-ta-tymchasovo-okupovanyh-terytorij/> (дата звернення: 27.12.2023).
 116. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження плану заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року» від 1 липня 2020 р. №853-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/853-2020-%D1%80#Text> (дата звернення: 05.05.2022).
 117. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року» №66-р від 24 січня 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text> (дата звернення: 20.11.2021).

118. Розпорядження Кабінету міністрів України «Про схвалення Стратегії інтеграції внутрішньо переміщених осіб та впровадження довгострокових рішень щодо внутрішнього переміщення на період до 2020 року» №909-р від 15.11.2017 р. URL: <https://minre.gov.ua/2022/12/22/pro-shvalennya-strategiyi-integracziyi-vnutrishno-peremishhenyh-osib-ta-vprovadzhennya-dovgostrokovyh-rishen-shhodo-vnutrishnogo-peremishhennya-na-period-do-2020-roku/> (дата звернення: 07.09.2023).
119. Руда М.В. Disrupt Framework як основа побудови бізнес-моделі підприємства на засадах підривних інновацій в умовах сталого розвитку. *Management and entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development*. 2022. Vol. 4, №2. С. 94-103.
120. Руденко І.В. Економічні інструменти подолання екологічних проблем в Україні. *Бізнес Інформ*. 2023. №1. С. 53-59.
121. Рябченко В.І. Світоглядна компетентність як чинник забезпечення соціальної відповідальності за сталий розвиток сучасного суспільства. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філософські науки*. 2021. Вип. 1. С. 88-101.
122. Сиротюк Г. Взаємозв'язок між соціальною відповідальністю та сталістю розвитку бізнесу. *Аграрна економіка*. 2023. Т. 16, №3-4. С. 27-35.
123. Соціальна відповідальність бізнесу. Українські реалії та перспективи. *Слухання парламентського комітету з питань промислової і регуляторної політики та підприємництва*. Інформаційно-аналітичний матеріал. URL: http://svb.ua/sites/default/files/Analitichniy_Material_do_Sluhan_FINAL.pdf (дата звернення: 21.04.2022).
124. Стойко І., Шерстюк Р., Долубовська О. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні у воєнний і післявоєнний період. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 2. С. 93-106.
125. Стратегія економічного та соціального розвитку Одеської області на 2021-2027 роки: офіц. веб-портал Одеської обл. ради. URL: <https://oda.odessa.gov.ua/odeshhyna/soczialno-ekonomichnyj-ta-kulturnyj->

[rozvytok/strategichni-plany-dij-ta-programy-rozvytku/strategiya-regionalnogo-rozvytku/strategiya-rozvytku-odeskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky/](https://rozvytok.gov.ua/strategichni-plany-dij-ta-programy-rozvytku/strategiya-regionalnogo-rozvytku/strategiya-rozvytku-odeskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky/) (дата звернення: 28.11.2024).

126. Стратегія збалансованого регіонального розвитку Вінницької області на період до 2027 року: офіц. інформ. сайт Вінницької обл. ради. URL: <http://vin.gov.ua/invest/rehionalni-prohramy-rozvytku/670-stratehiia-zbalansovanoho-rehionalnogo-rozvytku-vinnytskoi-oblasti-na-period-do-2027-roku/osnovna-informatsiia/24944-stratehiya-zbalansovanoho-rehionalnogo-rozvytku-vinnytskoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku> (дата звернення: 21.11.2024).
127. Стратегія розвитку Волинської області на період до 2027 року: офіц. сайт Волинської обл. ради. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/volynska-strategiya-rozvytku-volynskoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku.pdf> (дата звернення: 25.10.2024).
128. Стратегія розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року: офіц. веб-сайт Дніпропетровської обл. ради. URL: <https://adm.dp.gov.ua/pro-oblast/rozvitok-regionu/strategiya-rozvitku> (дата звернення: 09.11.2024).
129. Стратегія розвитку Донецької області на період до 2027 року: офіц. веб-сайт Донецької обл. держ. адміністрації. URL: <https://dn.gov.ua/ua/projects/strategiya-rozvitku-doneskoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku> (дата звернення: 19.11.2024).
130. Стратегія розвитку Житомирської області на період 2021-2027 роки. URL: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/materiali-vseukrayinskoyi-naradi-z-aktualnih-pitan-formuvannya-ta-realiztsiyi-derzhavnoyi-regionalnoyi-politiki-19-20-grudnya-2019-roku-m-lviv/strategiya-rozvitku-zhitomirskoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku/> (дата звернення: 23.11.2024).
131. Стратегія розвитку Закарпатської області на період 2021-2027 роки: офіц. сайт Закарпатської обл. держ. адміністрації. URL: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/regionalni-strategiyi->

rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalna-strategiya-rozvytku-zakarpatskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv/ (дата звернення: 18.11.2024).

132. Стратегія розвитку Запорізької області на період 2021-2027 роки: офіц. сайт Запорізької обл. держ. адміністрації. URL: <https://www.zoda.gov.ua/article/2413/strategiya-regionalnogo-rozvitku-zaporizkoji-oblasti-na-period-do-2027-roku.html> (дата звернення: 29.11.2024).
133. Стратегія розвитку Івано-Франківської області на період 2021-2027 роки: офіц. сайт Івано-Франківської обл. держ. адміністрації. URL: <http://www.if.gov.ua/news/47474> (дата звернення: 09.11.2024).
134. Стратегія розвитку Київської області на 2021-2027 роки: офіц. сайт Київської обл. держ. адміністрації. URL: <http://koda.gov.ua/oblderzhadministratsija/publiczna-informatsiya/strategiya-rozvitku-kiivskoi-oblast/> (дата звернення: 18.11.2024).
135. Стратегія розвитку Кіровоградської області на період 2021-2027 роки: офіц. сайт Кіровоградської обл. держ. адміністрації. URL: <https://oblrada.kr.ua/decission/2565/pro-strategiyu-rozvitku-kirovogradskoi-oblasti-na-2021-2027-roki-17-03-2020> (дата звернення: 11.11.2024).
136. Стратегія розвитку Луганської області на період 2021-2027 роки: офіц. сайт Луганської обл. держ. адміністрації. URL: http://loga.gov.ua/sites/default/files/collections/strategiya_lugansk_2027_last.pdf (дата звернення: 21.11.2024).
137. Стратегія розвитку Львівської області на період 2021-2027 роки: офіц. сайт Львівської обл. держ. адміністрації. URL: https://loda.gov.ua/upload/users_files/22/upload/948_Strategija.pdf (дата звернення: 01.12.2024).
138. Стратегія розвитку Миколаївської області на період 2021-2027 роки: офіц. сайт Миколаївської обл. держ. адміністрації. URL: <https://www.mk-oblrada.gov.ua/UserFiles/decreeProject/16079590335fd781f91dd87.pdf> (дата звернення: 05.11.2024).
139. Стратегія розвитку Полтавської області на період 2021-2027 роки: офіц. сайт Полтавської обл. держ. адміністрації. URL: https://drive.google.com/file/d/1IWlKzG3fPA1LMbvE_3FyZHSfTYbBC44S/view (дата звернення: 16.11.2024).

140. Стратегія розвитку Рівненської області на період 2021-2027 роки: офіц. сайт Рівненської обл. держ. адміністрації. URL: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-rivnenskoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku/> (дата звернення: 24.10.2024).
141. Стратегія розвитку Сумської області на період 2021-2027 роки: офіц. сайт Сумської обл. держ. адміністрації. URL: <http://gue.sm.gov.ua/index.php/uk/strategiya-regionalnogo-rozvitku-sumskoji-oblasti-na-period-z-2021-do-2027> (дата звернення: 10.11.2024).
142. Стратегія розвитку Тернопільської області на період 2021-2027 роки: офіц. сайт Тернопільської обл. держ. адміністрації. URL: <http://www.oda.te.gov.ua/main/ua/publication/content/55180.htm> (дата звернення: 10.11.2024).
143. Стратегія розвитку Харківської області на період 2021-2027 роки: офіц. сайт Харківської обл. держ. адміністрації. URL: <https://kharkivoda.gov.ua/content/documents/1026/102538/files/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F.pdf> (дата звернення: 11.11.2024).
144. Стратегія розвитку Херсонської області на період 2021-2027 роки: офіц. сайт Херсонської обл. держ. адміністрації. URL: <https://khoda.gov.ua/strateg%D1%96a-rozvitku-2021-2027> (дата звернення: 24.10.2024).
145. Стратегія розвитку Хмельницької області на період 2021–2027 роки: офіц. сайт Хмельницької обл. держ. адміністрації. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/strategiya-rozvytku-hmelnyczkoyi-oblasti-na-2021-2027-roky.pdf> (дата звернення: 29.11.2024).
146. Стратегія розвитку Черкаської області на період 2021-2027 роки: офіц. сайт Черкаської обл. держ. адміністрації. URL: <https://strategy2027-ck.gov.ua/> (дата звернення: 30.10.2024).
147. Стратегія розвитку Чернівецької області на період 2021-2027 роки: офіц. сайт Чернівецької обл. держ. адміністрації. URL: <https://bukoda.gov.ua/>

- [uploads/editor/bukoda.gov.ua/%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F%2202027/Strategia-Chernivetska-2027.pdf](https://uploads.editor.bukoda.gov.ua/%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F%2202027/Strategia-Chernivetska-2027.pdf) (дата звернення: 23.11.2024).
148. Стратегія сталого розвитку Чернігівської області на період 2021-2027 роки: офіц. сайт Чернігівської обл. держ. адміністрації. URL: http://cg.gov.ua/web_docs/1/2019/04/docs/%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%86%D0%AF_%202027_%D0%B7%D1%96%20%D0%B7%D0%BC%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BC%D0%B8.pdf (дата звернення: 22.11.2024).
149. Сума збитків інфраструктури через війну. Укрінформ. 12.02.2024. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3826190-suma-zbitkiv-infrastrukturi-ukraini-cerez-vijnu-sagnula-vze-155-milardiv-kse.html> (дата звернення: 11.05.2024).
150. Тарас У.М. Застосування показників видового різноманіття мікроміцетів ґрунту при оцінюванні порушення навколишнього природного середовища внаслідок дії антропогенних факторів. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. Вип. 24.8. С. 136-139.
151. У регіонах стартували діалоги влади з бізнесом. URL: <https://www.congress.gov.ua/u-rehionakh-startuvaly-dialohy-vlady-z-biznesom/> (дата звернення: 29.12.2024).
152. Україна у 2020-2021 роках: наслідки пандемії. Департамент стратегічного планування та макроекономічного прогнозування. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Консенсус-прогноз. №51. Київ 2020. 30 с. URL: www.me.gov.ua (дата звернення: 20.02.2024).
153. Україна: від війни до миру та відновлення. Аналітичні оцінки. Травень 2024. Центр Разумкова. URL: <https://razumkov.org.ua/images/2024/06/06/2024-PAKT-MAY.pdf> (дата звернення: 08.09.2024).
154. Філіппова С.В., Філіппов В.Ю. Соціальна відповідальність у стратегічному управлінні підприємством: ключові завдання інтеграції за імперативами

- сталого розвитку. *Економіка транспортного комплексу*. 2020. Вип. 35. С. 177-202.
155. Фінагіна О.В., Захарова О.В., Плаксюк О.О. Корпоративна соціальна відповідальність: інтереси регіонів України. *Науковий журнал «Вісник СУЕМ» Серія: Економіка і менеджмент*. 2019. Вип. 2 (27). С. 65-75.
156. Фонд Ріната Ахметова. Продуктові набори. URL: <https://akhmetovfoundation.org/project/produktovi-nabory> (дата звернення: 20.02.2024).
157. Цевух С.М. Особливості циркулярних бізнес-моделей у рамках забезпечення сталого економічного розвитку. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: Економічні науки. 2023. №11(1). С. 142-148.
158. Цимбалюк С.О. Бренд роботодавця: методологія дослідження та практика формування: монографія; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». Київ: КНЕУ, 2018. 227 с.
159. Через війну 840 підприємств переїхали в більш безпечні місця. Які регіони обирає бізнес. Forbs. URL: <https://forbes.ua/news/cherez-viynu-840-pidpriemstv-pereikhali-u-bilsh-bezpechni-mistsya-yaki-regioni-vibirae-biznes-23102023-16831> (дата звернення: 07.09.2024).
160. Череп А.В., Гуцман А.О. Соціальна відповідальність промислових підприємств за охорону навколишнього середовища. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. Серія: Економіка, управління та адміністрування. 2019. №1. С. 54-59.
161. Як змінювався рівень бідності в Україні. Слово і діло. Аналітичний портал. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2023/05/04/infografika/ekonomika/yak-zminyuvavsya-riven-bidnosti-ukrayini> (дата звернення: 20.02.2024).
162. Як працює українська корпоративно-соціальна відповідальність видобувного сектору в умовах карантину? Громадський простір. 17.11.2020. URL: <https://www.prostir.ua/?news=yak-pratsyuje-ukrajinska-korporativno-sotsialna-vidpovidalnist-vydobuvnoho-sektoru-v-umovah-karantynu> (дата звернення: 18.07.2024).

163. 2021 Global RepTrak 100. URL: <https://www.reptrak.com/rankings/> (дата звернення: 19.11.2023).
164. Abad-Segura E., Castillo-Díaz F.J., Batlles-de-laFuente A., Belmonte-Ureña L.J. Enhancing competitiveness and sustainability in Spanish agriculture: The role of technological innovation and corporate social responsibility. *Business Strategy & Development*. 2024. Vol. 7, №4.
165. Afrin S., Rahman M.M. Does CSR affect investment efficiency? The moderating role of company reputation. *PSU Research Review*. 2023. Vol. 8, №3. C. 774-793.
166. Ågerfalk P.J., Axelsson K., Bergquist M. Addressing climate change through stakeholder-centric information systems research: A Scandinavian approach for the masses. *International Journal of Information Management*. 2022. №63. DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2021.102447.
167. Aguado-Hernández J.A., del Pino J.A.R., López M.Á.A. The responsible social economy and the sustainable development goals in the face of the post-COVID-19 crisis: The voice of experts. *CIRIEC-Espana Revista De Economia Publica, Social y Cooperativa*. 2023. №107. Pp. 289-319.
168. Ahakwa I., Tackie E.A. Natural resources as a double-edged sword towards ecological quality: Can environmental regulations and green human capital rectify the adverse impacts? *Journal of Cleaner Production*. 2024. Vol. 457. C. 142436.
169. Ajaz M.A., Jamshaid S., Ali S., Khan K.S. Role of green corporate social responsibility and corporate social responsibility in enterprises: Evidence from Europe. *Strategies and Approaches of Corporate Social Responsibility Toward Multinational Enterprises*. 2024. P. 242-262.
170. Alay H.K., Keskin A., Deveciyan M.T., Şen G., Kayalidereden D., Berber Ş. The Impact of Green Business Ethics and Green Financing on Sustainable Business Performance of Industries in Turkey. *The Mediating Role of Corporate Social Responsibility. Sustainability*. 2024. Vol. 16, №17. C. 7868.
171. Aleksić M., Kalaš B., Đokić N. The Mediation Effect of Customer Satisfaction in the Relationship between CSR and Financial Performance: An Empirical Study in Large Companies in Serbia. *Sustainability (Switzerland)*. 2024. Vol. 16, №18.

- C. 8113.
172. Alobaid R.O.H., Qasem A., Al-Qadasi A.A. Corporate Social Responsibility, Ownership Structure, and Firm Investment Efficiency: Evidence from the Saudi Stock Market. *Sustainability (Switzerland)*. 2024. Vol. 16, №15. C. 6584.
 173. Anguiano-Santos C., Rodríguez-Entrena M. Sustainability reporting in focus: analysing Spanish transposition of the Non-Financial Reporting European Directive in the agri-food sector. *Agricultural and Food Economics*. 2024. Vol. 12, №1. C. 10.
 174. Apple. URL: <https://www.apple.com/> (дата звернення: 11.04.2024).
 175. Atif S., Yin C., Hassan A. Measuring the Impact of 3Ps of Sustainability and Innovation Development of Circular Economy on Corporate Social Responsibility Performance. *Evidence from Polluted Chinese Listed Companies. Systems*. 2024. Vol. 12, №12. C. 552.
 176. Atkočiūnienė Z. O., Siudikienė D., Girnienė I. Role of Communication and Creativity in the Implementation of Sustainability and Sustainable Innovations. *Creativity Studies*. 2024. Vol. 17, №1. C. 223-243.
 177. Awad J., Martín-Rojas R. Enhancing social responsibility and resilience through entrepreneurship and digital environment. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2024. Vol. 31, №3. C. 1688-1704.
 178. Baltabayeva A.K., Altaibayeva Z.K., Shelomentseva V.P. Promotion of the Principles of Corporate Social Responsibility and their Implementation by Large Businesses in Kazakhstan. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*. 2024. Vol. 18, №1. C. 172-186.
 179. Bamiatzi V., Brieger S., Karakulak O., Kinderman D., Manning S.D. The Rise of Partisan CSR: Corporate Responses to the Russia-Ukraine War. *Academy of Management Proceedings*. 2024. Vol. 2024, №1.
 180. Bansal A. Analyzing the influence of financial leverage on social performance of selected non-financial companies in Bahrain. *International Journal of System Assurance Engineering and Management*. 2024. DOI: 10.1007/s13198-024-02627-x.
 181. Bebic M., Badie N.B., Tyll L., Srivastava M. Exploring the barriers and drivers of ESG in the German Mittelstand: A qualitative analysis of mechanical and plant

- engineering companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2024. DOI: 10.1002/csr.3054.
182. Berns J.P., Figueroa-Armijos M., Motta Veiga S.P. da. Dynamics of lending-based prosocial crowdfunding: using a social responsibility lens. *Journal of Business Ethics*. 2020. Vol. 161, №1. C. 169-185.
 183. Biggeri M., Colucci D., Doni N., Valori V. Sustainable entrepreneurship: Good deeds, business, social and environmental responsibility in a market experiment. *Sustainability (Switzerland)*. 2022. №14(6). DOI: 10.3390/su14063577.
 184. BMW Group. URL: <https://www.bmwgroup.com/en.html> (дата звернення: 11.04.2024).
 185. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman. Harper & Row: N.Y., 1953.
 186. Breitenmoser L., Cuadrado Quesada G., Bassi N., Dkhar N.B., Phukan M., Kumar S., Naga B.A., Kierstein A., Campling P., Hooijmans C.M. Perceived drivers and barriers in the governance of wastewater treatment and reuse in India: Insights from a two-round delphi study. *Resources, Conservation and Recycling*. 2022. №182. DOI: 10.1016/j.resconrec.2022.106285.
 187. Cajander N., Reiman A. Exploring Talent Management Practices and Corporate Social Responsibility in Finnish Companies. *Employee Responsibilities and Rights Journal*. 2024. DOI: 10.1007/s10672-024-09502-8.
 188. Cantillo Padrón J.C., Pacheco Barros M.C., Márquez Carrascal J.X. Relationship between non-financial reporting disclosure and financial performance indicators in Colombian companies. *Revista de Ciencias Sociales*. 2024. Vol. 30, № especial 10. C. 465-479.
 189. Chapagain B.R., Bajracharya P., Adhikari D.R., Gautam D.K. Managerial understanding of corporate social responsibility in Nepal. *International Journal of Law and Management*. 2024. Vol. 66, №2. C. 172-194.
 190. Chen D., Gummi U.M., Ibrahim M. Sustainable supply chain management operations: does sustainable environmental disclosure matter for banks' financial performance in Nigeria? *Humanities and Social Sciences Communications*. 2024.

Vol. 11, №1. C. 1499.

191. Chipriyanov M., Chipriyanova G., Krasteva-Hristova R., Atanasov A., Luchkov K. Researching the Impact of Corporate Social Responsibility on Economic Growth and Inequality: Methodological Aspects. *Journal of Risk and Financial Management*. 2024. Vol. 17, №12. C. 546.
192. Chipriyanova G., Atanasov A., Krasteva-Hristova R. Environmental Management for Sustainable Business in Chemical Industry in Bulgaria. *Vide. Tehnologija. Resursi – Environment, Technology, Resources*. 2024. Vol. 1. C. 95-101.
193. Chong J.H., Wang C. Optimising corporate social responsibility communication in Asia. *A comparative case study of Uniqlo and Shein. Social Responsibility Journal*. 2024. Vol. 20, №8. C. 1558-1575.
194. Committee for Economic Development. URL: <https://www.ced.org/> (дата звернення: 29.01.2024).
195. Costa E.A.R.H. da. Business Institutes and Corporate Social Responsibility in Brazil: Balancing Between Control and Incompleteness. *Revista de Gestao Social e Ambiental*. 2024. Vol. 18, №7. C. e05510.
196. COVID-19: бізнес для громад. CSR Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org/keys-kompanii-klo/> (дата звернення: 07.09.2024).
197. CSR Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org/> (дата звернення: 11.04.2024).
198. Cui R., Ma Z., Wang L. Allocation of decision rights and CSR disclosure: Evidence from listed business groups in china. *Sustainability (Switzerland)*. 2022. №14(7). DOI: 10.3390/su14073840.
199. D'Souza C., Sullivan-Mort G., Nguyen Q., Nanere M.A. CSR investments and innovation – Aligning and creating shared value: CSR investments and innovation. *Journal of Cleaner Production*. 2024. Vol. 481. C. 144189.
200. Directive (Eu) 2022/2464 of the European Parliament And Of The Council of 14 December 2022 amending Regulation (EU) No 537/2014, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Directive 2013/34/EU, as regards corporate sustainability reporting. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal->

[content/EN/TXT/?uri=CELEX:32022L2464](https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2014/95/oj/eng) (дата звернення: 29.12.2024).

201. Directive 2014/95/Eu of the European Parliament and Of The Council of 22 October 2014 amending Directive 2013/34/EU as regards disclosure of non-financial and diversity information by certain large undertakings and groups. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2014/95/oj/eng> (дата звернення: 29.12.2024).
202. Dmytriieva O. Integration of blockchain technologies as a tool for the innovative development of transport infrastructure. Tallinn: Teadmus OÜ, 2024. 116 p.
203. Doś A., Pattarin F. Is sustainability a cost, an obligation, or an opportunity? Evidence on sustainable entrepreneurship orientation from Poland. *Entrepreneurial Business and Economics Review*. 2024. Vol. 12, №1. C. 17-33.
204. Dunlop T., Khojasteh D., Cohen-Shacham E. The evolution and future of research on Nature-based Solutions to address societal challenges. *Communications Earth and Environment*. 2024. Vol. 5, No. 1. C. 132.
205. Elrazaz T., Shaker Samaan A., Elmassri M. Sustainable development goals: Sustainability reporting challenges in the United Arab Emirates context. *Sustainable Development*. 2024. Vol. 32, №4. C. 3100-3114.
206. European Sustainability Reporting Standards (ESRS). URL: <https://www.unepfi.org/impact/interoperability/european-sustainability-reporting-standards-esrs/> (дата звернення: 29.12.2024).
207. Fitriana R., Zarkasyi W., Suharman H., Sukmadilaga C. Corporate social responsibility (CSR) towards employees, risk management quality and corporate sustainability performance: Mediation of corporate performance. *Ikenga*. 2024. Vol. 25, №1.
208. Flórez-Parra J.M., Rubio Martín G., Rapallo Serrano C. Corporate social responsibility and crowdfunding: the experience of the colectual platform in empowering economic and sustainable projects. *Sustainability*. 2020. Vol. 12, №13. C. 5251.
209. Foley M. France introduces possible jail time as penalty for non-compliance with sustainability disclosure. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/sites/maryfoley/2023/12/21/france-introduces-possible-jail-time-as-penalty-for-non-compliance->

- [with-sustainability-disclosure/](#) (дата звернення: 21.11.2024).
210. Fontana E. Contesting corporate responsibility in the Bangladesh garment industry: The local factory owner perspective. *Human Relations*. 2024. Vol. 77, №7. С. 1003-1036.
 211. Ford. URL: <https://ford.ua/> (дата звернення: 11.04.2024).
 212. Freze T., Korneev A., Krayneva R., Oruch T., Kandalov W., Strielkowski W. Business leadership and corporate social responsibility in the post-COVID era. *Economies*. 2023. №11(3). Pp. 98.
 213. Friedman M. Inflation and Unemployment: Nobel Lecture. *Journal of Political Economy*. 1977. Vol. 85. Pp. 451-472.
 214. Gaio C., Gonçalves T.C. Gender diversity on the board and firms' corporate social responsibility. *International Journal of Financial Studies*. 2022. №10(1). DOI: 10.3390/ijfs10010015.
 215. Gálvez-Sánchez F.J., Molina-Prados A., Molina-Moreno V. Exploring the three-dimensional effect of corporate social responsibility on brand equity, corporate reputation, and willingness to pay. A study of the fashion industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2024. Vol. 79. С. 103836.
 216. Gigauri I., Palazzo M., Ferri A. Linking strategic communication and sustainability reporting. Exploring corporate websites of Georgian Banks. *Sinergie*. 2024. Vol. 42, №3. С. 223-246.
 217. Global Reporting Initiative (GRI). URL: <https://www.globalreporting.org/> (дата звернення: 29.12.2024).
 218. Global RepTrak 100. 2020. URL: <https://www.reptrak.com/blog/2020-global-reptrak-study-executive-summary/> (дата звернення: 07.09.2023).
 219. Global RepTrak 100. 2021. URL: <https://ri.reptrak.com/2021-globalreptrak-100-reputation-download-report/download-now> (дата звернення: 07.09.2023).
 220. Global RepTrak 100. 2022. URL: <https://www.reptrak.com/rankings/2022> (дата звернення: 22.02.2024).
 221. Global RepTrak 100. 2023. URL: <https://www.reptrak.com/rankings/> (дата звернення: 23.02.2024).

222. Gryshchenko O., Babenko V., Bilovodska O., Voronkova T., Ponomarenko I., Shatskaya Z. Green tourism business as marketing perspective in environmental management. *Global Journal of Environmental Science and Management*. 2022. №8(1). Pp. 117-132.
223. Heald M. The Social Responsibilities of Business. New York, 1998. 348 p.
224. Heald M. The Social Responsibilities of Business: Company and Community, 1900-1960. *Journal of Business Ethics*. 1991. №10 (1). Pp. 71-75.
225. Heyward Ch. The Growing Importance Of Social Responsibility In Business. *Forbes*. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2020/11/18/the-growing-importance-of-social-responsibility-in-business/?sh=42bfb0c2283> (дата звернення: 06.04.2022).
226. Hladkii D., Momot S. Mechanisms of the development of social entrepreneurship in Ukraine. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. Черкаси: ЧДТУ, 2023. Вип. 70. С. 67-77.
227. Hluszko C., Barros M.V., Souza A.M. de. Sustainability in practice: Analyzing environmental, social and governance practices in leading Latin American organizations' reports. *Cleaner Production Letters*. 2024. Vol. 7. С. 100069.
228. Hoang P.D., Nguyen L.T., Tran B.Q., Ta D.T. Corporate governance for sustainable development in Vietnam: Criteria for SOEs based on MCDM approach. *PLoS ONE*. 2024. Vol. 19, №5. С. 0302306.
229. Hsiao H.F., Zhong T., Wang J. Does national culture influence corporate social responsibility on firm performance? *Humanities and Social Sciences Communications*. 2024. Vol. 11. №1. С. 5.
230. International Labour Organization. URL: <https://www.ilo.org> (дата звернення: 19.06.2023).
231. Jaguar. URL: <https://www.jaguar.ua/> (дата звернення: 11.04.2024).
232. Jang S. Cooperative enterprises as sustainable, responsible, and ethical businesses in South Korea: East Asian Ethical Life and Socio-Economic Transformation in the Twenty-First Century: The Ethical Sources of

- the Entrepreneurial Renewal of Companies and Communities. London, Routledge, 2024. С. 79-93.
233. Jia Z., Jiao Y., Zhang W., Chen Z. Rural tourism competitiveness and development mode, a case study from chinese township scale using integrated multi-source data. *Sustainability (Switzerland)*. 2022. №14(7). DOI: 10.3390/su14074147.
234. Jin J., Zhu M. Towards Adaptive and Resilient Strategies Using Digital Twins: A Study on the Port of Tyne, UK. *Urban Sustainability*. 2024. Vol. Part F3698. С. 165-184.
235. Klius Y., Nizhnikov I. Development of the definition of «social responsibility of business» and its transformation. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки*. 2023. №1 (68). С. 74-80.
236. Klius Y., Nizhnikov I. Modern models of social responsibility of business and peculiarities of their implementation in ensuring sustainable development of the region. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2023. Вип. 56. С. 49-55.
237. Klius Y., Nizhnikov I. Study of methods of measuring social responsibility of business in the system of sustainable development of the region. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2023. №1 (93). С. 52-56.
238. Kudrina O., Raievskiy S. Formation of an assessment of social responsibility of business. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2024. Вип. №1 (131). С. 138-142.
239. Kudrina O., Raievskiy S. Principles and mechanisms for the formation of social responsibility of business. *Сталий розвиток економіки*. 2024. №1 (48). С. 373-377.
240. Kudrina O., Raievskiy S. Social responsibility of business as a tool for implementing the principles of sustainable regional development. *Економіка та суспільство*. 2024. №59. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4620> (дата звернення: 11.12.2024).

241. Kulkarni V., Aggarwal A. Business response to mandatory corporate social responsibility with evidence from India. *Business Strategy and Development*. 2024. Vol. 7, №1.
242. Law 11/2018 on Non-Financial Information (EINF). URL: <https://www.appluscertification.com/global/en/what-we-do/service-sheet/verification-of-non-financial-reports-in-accordance-with-law-11-2018> (дата звернення: 29.12.2024).
243. Leena S., Kra B., R Ganesh Kumar. Corporate social responsibility and sustainable development goals: evidence from responsible business leaders. *Journal of Global Responsibility*. 2024. Vol. 15, №4. C. 409-435.
244. Liao H., Su L., Tang T., Shang, Z. Green initiatives and stakeholder engagement: Unveiling the impact of green strategies and CSR on financial performance from descriptive-normative perspectives of stakeholder theory. *Sustainable Development*. 2024. Vol. 32, №5. C. 4800-4811.
245. Ligorio L., Venturelli A., Rosato P. Fostering sustainable development goals through gamification. *Journal of Management and Organization*. 2023. C. 1-22.
246. Lincoln A.A., Diamond B., Croad J. Responsible Entrepreneurship: Raising Corporate Social Responsibility Awareness Among Male and Female Owned and Managed Small and Medium-sized Enterprises (SME's) in Abeokuta, Ogun State, Nigeria. *CSR, Sustainability, Ethics and Governance*. 2024. Part F3523. C. 209-237.
247. Liu C.H., Huang Y.C. Integrating CSR and Business Strategy into Social Innovation: Insights from Taiwan's Cultural and Creative Industries. *Journal of Business-to-Business Marketing*. 2024. C. 1-19.
248. Liu H., Lee H. The Role of Ownership Structure in the Relationship Between Environmental, Social, and Governance Practices and Financial Reporting Quality. *Evidence from China. Sustainability (Switzerland)*. 2024. Vol. 16, №23. C. 10687.
249. Liu T.K. ESG, corporate social responsibility and business effectiveness in Taiwan's banking industry: Cost and risk perspectives. *Asian Economic and Financial Review*. 2024. Vol. 14, №1. C. 12-28.
250. Lizarzaburu E., Burneo K., Chávez M., García-Gómez C.D. Social Effect, and

- Corporate Social Responsibility: An Analysis of the Oil Sector in an Emerging Market. *Review of Development Finance*. 2024. Vol. 14, №2. С. 65-77.
251. Madaan G., Kaur M., Gowda K.R., Gujrati R., Uygun H. Business responses towards corporate social responsibility and sustainable development goals during COVID-19 pandemic. *Journal of Law and Sustainable Development*. 2023. №11(1). DOI: 10.37497/sdgs.v11i1.309.
252. Mercedes-Benz Group AG. URL: <https://group.mercedes-benz.com/en/> (дата звернення: 11.04.2024).
253. Mevoli A., Leggett K.L., Davies W.E. The gamification of circular practices using the sdgs: smart innovation, *Systems and Technologies*. 2024. С. 115-124.
254. Microsoft. URL: <https://www.microsoft.com/> (дата звернення: 11.04.2024).
255. Mikulčić H., Baleta J., Klemeš J.J. Cleaner technologies for sustainable development. *Cleaner Engineering and Technology*. 2022. №7. DOI: 10.1016/j.clet.2022.100445.
256. Mohammed A.S., Graham E., Fuseini M.N., Tomo B.K. Community expectations versus corporate social responsibility practices in Ghana's oil and gas sector. *Cogent Business and Management*. 2024. Vol. 11, №1.
257. Momot S. Components of social responsibility and arguments for the transition to socially responsible behavior by business. *Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices: Materials of the Monthly International Scientific and Practical Conference / Gen. Edit. Olha Prokopenko* (Tallinn, 28-29 April 2023). Tallinn: Teadmus OÜ, 2023. Pp. 83-85.
258. Momot S. Principles of supporting the social responsibility of business. *Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices: Materials of the Monthly International Scientific and Practical Conference / Gen. Edit. Olha Prokopenko, Aleksander Sapiński* (Tallinn, 28-29 July 2022). Tallinn: Teadmus OÜ, 2022. Pp. 51-53.
259. Mondal S., Singh S., Gupta H. Exploring the impact of green entrepreneurial orientation on sustainable performance: insights from CSR, policy and innovation. *Management Decision*. 2024. Vol. 62, №12. С. 3946-3977.

260. Nascimento A. The social responsibility of the firm: A corporate governance perspective: Research Anthology on Business Law, Policy, and Social Responsibility. *IGI Global*, 2024. Pp. 1891-1911.
261. Nicoara C., Kadile V. Drivers and outcomes of CSR engagement in UK SMES. *Journal of Small Business Management*. 2023. Vol. 62, №6. C. 2806-2846.
262. Norhisham S.N.B., Yaacob S.N.N.B.M., Ismail Z.B. The Level of Sustainability Statement Disclosure in Malaysia Listed Companies: Studies in Systems, Decision and Control. 2024. Vol. 538. C. 201-209.
263. Nurkse R. Problems of Capital Formation in Underdeveloped Countries. Oxford: Basil Blackwell, 1953. P. 5.
264. Nyambe A. Exploring climate change perception and heat stress adaptation among Zambian farmers using participatory tools. *Regional Environmental Change*. 2024. Vol. 24. №2. C. 46.
265. Opoku Marfo E. Mechanisms and initiatives of corporate social responsibility behaviours in Ghana: a co-integration approach. *Cogent Business and Management*. 2024. Vol. 11, №1.
266. Padilla-Lozano C.P., Collazzo P. Corporate social responsibility, green innovation and competitiveness – causality in manufacturing. *Competitiveness Review*. 2022. №32(7). Pp. 21-39.
267. Pagkalou F.I., Galanos C.L., Thalassinou E.I. Exploring the Relationship between Corporate Governance, Corporate Social Responsibility and Financial and Non-Financial Reporting: A Study of Large Companies in Greece. *Journal of Risk and Financial Management*. 2024. Vol. 17, №3. C. 97.
268. Paiva I.C.deS., Sánchez-Hernández M.I., Carvalh L. C. CSR information, environmental awareness and CSR diffusion in SMEs of Angola. *Journal of Accounting in Emerging Economies*. 2024. Vol. 14, №3. C. 489-512.
269. Pfajfar G., Shoham A., Małacka A., Zalaznik M. Value of corporate social responsibility for multiple stakeholders and social impact – relationship marketing perspective. *Journal of Business Research*. 2022. №143. Pp. 46-61.
270. Pham H.M., Pham A.D., Tran D.V., Vuong N.L., Nguyen H.D.N. Integrating

- CSR with environmental consciousness and commitment: Pathways to employee stewardship in Vietnam's mechanical manufacturing sector. *Business Strategy and Development*. 2024. Vol. 7, №4.
271. Polyakov M. Positive impact of international companies on development of knowledge economy. *Problems and Perspectives in Management*. 2017. №15(2). Pp. 81-89. (дата звернення: 01.012.2023).
272. Polyakov M.V. Positive impact of international companies on development of knowledge economy. *Problems and Perspectives in Management*. 2017. Vol. 15, Issue 2. Pp. 81-89.
273. Porechenkova V., Wang Y. CSR Reporting Practices: A Cross-Time Comparison of the Food & Beverage and Energy Industries in the U.S. Through Topic Modeling. *Corporate Reputation Review*. 2024. DOI: 10.1057/s41299-024-00199-x.
274. Rao-Nicholson R., Thein H.H., Zhong Y. A thematic analysis of the links between multinational enterprises' corporate social responsibility and the Sustainable Development Goals in Myanmar. *Journal of International Business Policy*. 2024. Vol. 7, №2. C. 203-223.
275. Rodrigues R.A. Corporate Social Responsibility Strategy: the Effects of Legitimacy and Authenticity on Corporate Reputation. *International Finance Review*. 2024. Vol. 23. C. 37-72.
276. Rodríguez-Espíndola O., Cuevas-Romo A., Chowdhury S., Díaz-Acevedo N., Albores P., Despoudi S., Malesios C., Dey P. The role of circular economy principles and sustainable-oriented innovation to enhance social, economic and environmental performance: Evidence from mexican SMEs. *International Journal of Production Economics*. 2022. №248. DOI: 10.1016/j.ijpe.2022.108495.
277. SA8000 Certified Organization List. URL: <https://sa-intl.org/sa8000-search/> (дата звернення: 22.11.2024).
278. SA8000 Standard Revision 2023-2024. URL: <https://sa-intl.org/sa8000-standard-revision-2024/> (дата звернення: 22.11.2024).
279. Samsung. URL: <https://semiconductor.samsung.com/> (дата звернення: 11.04.2024).

280. Scopus. Search for an author profile. URL: <https://www.scopus.com/search/> (дата звернення: 15.12.2022).
281. Scur G., Pião R. de C.S., Souza W.J.V., De Melo, M.F.de S. Corporate social responsibility in the Brazilian ceramic tile industry. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*. 2024. Vol. 37, №1. C. 124-146.
282. Seth R., Mahenthiran S. Impact of dividend payouts and corporate social responsibility on firm value – evidence from India. *Journal of Business Research*. 2022. №146. Pp. 571-581.
283. Shaaban S., Rabie R. The reflection of socially responsible HRM on sustainability in companies located in Egypt. *Management and Sustainability*. 2024. Vol. 3, №3. C. 322-339.
284. Silva M.L., Jacquinet M.M., Nobre Â.L. Corporate social responsibility and management in a global context: Research Anthology on Business Law, Policy, and Social Responsibility. *IGI Global*, 2024. Pp. 256-269.
285. Singh K., Kolar P., Nanduri S. CSR and smart city progress: a proposed model for urban development. *Letters in Spatial and Resource Sciences*. 2024. Vol. 17. №1. C. 3.
286. Skýpalová R., Bohušová H., Křápek M. Preparedness for Mandatory CSR Reporting of Multinational Companies: Case of the Czech Republic. *Emerging Science Journal*. 2024. Vol. 8, №3. C. 1016-1036.
287. Solimene S., Coluccia D., Fontana S., Gulluscio C., Bernardo A., Carnegie G.D. Discerning the state of the art in Italy of voluntary disclosure on biodiversity and endemic species. *Meditari Accountancy Research*. 2024. Vol. 32, №6. C. 2348-2395.
288. The World Economic Outlook. Database. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2024/October/select-country-group> (дата звернення: 25.12.2023).
289. Trading economics. URL: <https://tradingeconomics.com> (дата звернення: 19.12.2023).
290. Treaty Collection. United Nations. URL: <https://treaties.un.org/> (дата звернення:

10.04.2023).

291. Triachini S., Giannini F.R., Bramanti V., Gubelli S., Capri E. Beyond aroma: A sustainability performance analysis of Italian coffee roasting companies. *Business Strategy and Development*. 2024. Vol. 7, №4.
292. Tsokota T., Mutongi C. Sustainable Use of Technology through Corporate Social Responsibility in Zimbabwe's Telecommunication Sector: Responsible Business and Sustainable Development: the Use of Data and Metrics in the Global South. London, Routledge, 2024. C. 93-111.
293. Turchina S., Turchina K., Dashutina L., Batsenko L. A review of top corporate sustainability initiatives and their resilience during the COVID-19 pandemic. *Comparative Economic Research*. 2023. №26(1). Pp. 111-126.
294. UNICEF. Пресреліз. 2021 р. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/press-releases/lego-foundation-becomes-single-largest-private-sector-contributor-unicefs-covid> (дата звернення: 20.02.2024).
295. United National Global Compact. URL: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc> (дата звернення: 25.11.2021).
296. United Nations Charter: Preamble. United Nations. URL: <https://www.un.org/en/about-us/un-charter/preamble> (дата звернення: 10.04.2022).
297. United Nations Conference on Environment and Development. Rio de Janeiro, Brazil, 3-14 June 1992. URL: <https://www.un.org/en/conferences/environment/rio1992> (дата звернення: 25.07.2023).
298. United Nations Development Programme. URL: <https://www.undp.org/> (дата звернення: 07.04.2022).
299. Uspanova M., Orynassarova Y., Kurmanalina A., Myrzhikbayeva A., Omarkhanova Zh., Kazbekov T. Competitiveness of the Industry of Kazakhstan in the Context of ESG transformation. *Montenegrin Journal of Economics*. 2024. Vol. 20, №3. C. 141-153.
300. Verma N., Talwar P., Upadhyay A. Food-Energy-Water Nexus in compliance with Sustainable Development Goals for integrating and managing the core environmental verticals for sustainable energy and circular economy. *Science of*

the Total Environment. 2024. Vol. 930. C. 172649.

301. Volkswagen. URL: <https://www.vw.com/en.html> (дата звернення: 11.04.2024).
302. Wahyudi H., Lenni S.M., Sutarto S. CSR Index of Energy Sector Companies in Indonesia. *International Journal of Energy Economics and Policy*. 2024. Vol. 14, №6. C. 40-45.
303. Waktola B.S., Singh, M. Singh S. Do social responsibility practices affect competitive advantage in banking industry? Study on selected commercial banks in Ethiopia. *Social Responsibility Journal*. 2024. Vol. 20, №10. C. 2191-2211.
304. Walter J.L., Charifzadeh M., Herberger T.A. Does Corporate Social Responsibility Create Value in Acquisitions? Evidence from the German Market. *Journal of Risk and Financial Management*. 2024. Vol. 17, №6. C. 250.
305. Windari R.A., Dewi Y.K. Evaluating Mandatory Corporate Social Responsibility Disclosure Policies and Sustainability Development Goals Achievement in Indonesia. *Yustisia*. 2024. Vol. 13, №1. C. 1-26.
306. Witkowska J. Responsible Business Conduct in the European Union's Investment Policy. *Comparative Economic Research*. 2024. Vol. 27, №4. C. 7-27.
307. WOG. Офіційний сайт. URL: <https://wog.ua/> (дата звернення: 11.04.2024).
308. World Bank, Government of Ukraine, European Union, United Nations. Ukraine Rapid Damage and Needs Assessment February 2022 – February 2023. 2023. URL: <https://ukraine.un.org/en/224376-ukraine-rapid-damage-and-needs-assessment> (дата звернення: 25.02.2024).
309. World Economic Forum. 1999. The UN Global Compact. URL: <https://widgets.weforum.org/history/1999.html> (дата звернення: 26.11.2021).
310. World Economic Situation and Prospects mid-year update. United Nations. 2024. URL: <https://desapublications.un.org/file/20555/download> (дата звернення: 11.04.2024).
311. World Economic Situation and Prospects. 2023. Mid-year update. 21 p. URL: <https://unctad.org/publication/world-economic-situation-and-prospects-2023> (дата звернення: 20.02.2024).
312. Wu Q., Satjawathee T. The Real Value of CSR Performance in the NEV

- Industry: Evidence from China. *International Journal of Financial Studies*. 2024. Vol. 12, №4. C. 106.
313. Zakharova O., Prodanova L. A university displaced twice: Irreversible and erroneous losses of human capital. *Problems and Perspectives in Management*. 2023. №21. Pp. 123-132.
314. Zamkova I., Dubinina M., Luhova O., Syrtseva S., Cheban Y., Kuchmiiiova T. Orporate Social Responsibility of Agricultural Companies of Ukraine Under Martial Law. *Research for Rural Development*, Vol. 39. C. 220-226.
315. Zanora V., Momot S., Bedrii D., Fonar L. Conflict management in enterprise development project teams. *Академічний огляд*. 2023. №1 (58). C. 187-204.
316. Zhang C., Qian A., Lou X., Zhang G. The politics of corporate social responsibility disclosure: Evidence from China. *Economic Analysis and Policy*. 2024. Vol. 82. C. 1406-1428.
317. Zhuang X., Wu Y. ChatGPT: how it can support corporate social responsibility. *Journal of Business Strategy*. 2023. Vol. 45, №6. C. 386-395.
318. Zouitini I., Hafdaoui H.El, Chetioui H., Tardif P.M., Makhtari M. Determinants of Sustainable Entrepreneurship in Morocco: The Role of Entrepreneurial Orientation, Financial Literacy, and Inclusion. *Journal of Risk and Financial Management*. 2024. Vol. 17, №12. C. 548.
319. Zvarikova K., Gajanova L., Horak J. Exploring CSR performance as a proxy for competitive advantage across sectors in the Central European countries. *Oeconomia Copernicana*. 2024. Vol. 15, №3. C. 991-1020.

ДОДАТКИ

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

Статті в наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України:

1. Момот С.В. Вплив соціальної відповідальності бізнесу на реалізацію принципів сталого розвитку в регіоні. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. Черкаси: ЧДТУ, 2022. Вип. 64. С. 27-36.

2. Момот С.В. Соціальна відповідальність бізнесу як важіль подолання соціально-економічних наслідків криз. *Економіка і організація управління*. 2023. №2 (50). С. 160-170.

3. Момот С.В. Прояв соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання України в період криз останніх років. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2023. Т. 28. Вип. 4 (98). С. 56-62.

4. Hladkii D., Momot S. Mechanisms of the development of social entrepreneurship in Ukraine. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. Черкаси: ЧДТУ, 2023. Вип. 70. С. 67-77.

Особистий внесок: визначено фактори розвитку соціального підприємництва в Україні на основі поширення соціально відповідальної поведінки у діловому середовищі країни.

5. Момот С.В. Напрями реалізації суб'єктами господарювання соціально відповідальної поведінки в межах цілей сталого розвитку. *Via Económica*. 2024. Вип. 5. С. 130-137.

Розділ у колективній монографії:

6. Момот С.В. Роль соціальної відповідальності бізнесу в підвищенні якості життя населення регіону. *Improving living standards in a globalized world:*

opportunities and challenges: monograph / editors: Tetyana Nestorenko, Tadeusz Pokusa. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2021. 2.16. P. 300-306.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

7. Момот С.В. Соціальна відповідальність бізнесу: передумови виникнення та поширення. *Теорія і практика сучасної економіки*: матеріали XXII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Черкаси, 20 жовт. 2021 р.) / відп. ред. Р.В. Манн; Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси: ЧДТУ, 2021. С. 41-43.

8. Момот С.В. Аргументи щодо доцільності поширення принципів соціальної відповідальності бізнесу. *Проблематика та інноваційна парадигма розвитку економіки, бізнесу та hr-інжинірингу*: матеріали I Міжнар. наук.-практ. дистанційної конф. (м. Хмельницький, 11-12 лист. 2021 р.). Хмельницький: ХНУ, 2021. С. 231-233.

9. Момот С.В. Етапи становлення та розвитку концепції соціальної відповідальності бізнесу. *Socially Competent Management of Corporations in a Behavioral Economy: collection of scientific papers. Chapter 2* (Podhájaska, Slovak Republic – Lutsk, Ukraine, 24-25 November 2021) / resp. ed. Kostiantyn Pavlov, Josef Zat'ko, Olena Pavlova, Liudmila Shostak, Tatiana Bukoros. Podhájaska – Lutsk: European institute of further education, Lesya Ukrainka Volyn National University, Volynpoligraph, 2021. P. 193-194.

10. Момот С.В. Визначальні складові соціальної відповідальності бізнесу. *Виклики та перспективи розвитку нової економіки на світовому, державному та регіональному рівнях*: збірник матеріалів XVI Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 25-26 лист. 2021 р.) / за ред. А.В. Череп. Запоріжжя: ФОП Мокшанов В.В., 2021. С. 250-251.

11. Момот С.В. Роль соціально відповідального бізнесу в реалізації принципів сталого розвитку. *Проблеми розвитку соціально-економічних систем в національній та глобальній економіці*: праці XXII Всеукр. наук. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених (м. Вінниця, 18 квіт. 2022 р.) / ред. кол.

Хаджинов І.В. (голова) та ін. Т. 1. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2022. С. 29-32.

12. Момот С.В. Принципи поширення соціальної відповідальності бізнесу в регіоні. *Сучасні кризові явища в економіці та проблеми облікового, контрольного та аналітичного забезпечення управління підприємством*: матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Луцьк, 24 черв. 2022 р.). Вип. 14. Луцьк: ВІП ЛНТУ, 2022. С. 130-132.

13. Momot S. Principles of supporting the social responsibility of business. *Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices*: materials of the Monthly International Scientific and Practical Conference (Tallinn, 28-29 July 2022) / gen. ed. Olha Prokopenko, Aleksander Sapiński. Tallinn: Teadmus OÜ, 2022. P. 51-53.

14. Момот С.В. Інструментарій підтримки соціальної відповідальності бізнесу в регіоні. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я*: матеріали XXX Міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD-2022 (м. Харків, 19-21 жовт. 2022 р.). Харків: НТУ «ХПІ», 2022. С. 567.

15. Момот С.В. Нормативне підґрунтя для реалізації соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Теорія і практика сучасної економіки*: матеріали XXIII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Черкаси, 20 жовт. 2022 р.) / відп. ред. Р.В. Манн; Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси: ЧДТУ, 2022. С. 116-117.

16. Момот С. Законодавча підтримка соціально відповідальної поведінки бізнесу в Україні. *Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах*: матеріали IX Міжнар. наук.-практ. конф.: збірник тез доповідей (м. Тернопіль, 05 лист. 2022 р.) / за заг. ред. О.В. Панухник. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2022. С. 20-22.

17. Momot S. Components of social responsibility and arguments for the transition to socially responsible behavior by business. *Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices*: materials of the Monthly International Scientific and Practical Conference (Tallinn, 28-29 April 2023) / gen. ed. Olha Prokopenko. Tallinn: Teadmus OÜ, 2023. P. 83-85.

18. Момот С.В., Манн Р.В. Розвиток бізнес-процесів у напрямі забезпечення реалізації принципів сталого розвитку регіону. *Розвиток статистики бізнес процесів в умовах інформаційно-комунікаційних технологій та глобальних зрушень: проблеми та перспективи*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених (м. Одеса, 22 трав. 2024 р.) / за заг. ред. С.І. Рассадникової; Міжнародний гуманітарний університет. Tallinn: Teadmus, 2024. С. 69-72. 0,20 д.а.

Особистий внесок: охарактеризовано особливості застосування реінжинірингу бізнес-процесів як одного з дієвих інструментів реалізації функції соціальної відповідальності суб'єктами господарювання.

Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:

19. Одінецов М.М., Одінецов О.М., Момот С.В. Вплив обсягів капітальних інвестицій на зростання валового регіонального продукту в регіонах України. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. Черкаси: ЧДТУ, 2021. Вип. 63. С. 33-41.

Особистий внесок: встановлено логічну залежність між достатністю спрямування доходів на капітальні інвестиції та рівнем соціально-економічного розвитку регіону.

20. Манн Р.В., Березюк-Рибак І.Р., Момот С.В. Посилення ролі соціальної відповідальності бізнесу у постпандемічний період. *Трансформація підходів в управлінні та маркетингу у постпандемічний період*: монографія / під заг. ред. д.е.н., проф. Храпкіної В.В., к.е.н., доц. Пічик К.В. Київ: Інтерсервіс, 2022. Підр. 3.3. С. 145-152.

Особистий внесок: визначено роль Міжнародної організації праці в формуванні ідей соціальної відповідальності бізнесу та проаналізовано сутність її трьох основних моделей.

21. Zanora V., Momot S., Bedrii D., Fonar L. Conflict management in enterprise development project teams. *Академічний огляд*. 2023. №1 (58). С. 187-204. (Web of

Science).

Особистий внесок: розроблено контекстну діаграму аналізу стилів поведінки членів команди проєкту в конфліктній ситуації як індикатора соціально відповідального бізнесу.

Таблиця Б.1

Вклад суб'єктів господарювання України в подолання наслідків COVID-19 в межах соціальної відповідальності бізнесу

Компанія	Короткий опис діяльності	Виклики, проблема	Шляхи вирішення	Отриманий результат
1	2	3	4	5
KLO	Мережа автозаправних станцій – 62 АЗК з власними ресторанами, магазинами, кафе, мийками, розташованими в м. Київ, Київській, Житомирській та Чернігівській областях. Виступає лідером в області розвитку альтернативних джерел енергії	Зростання розміру операційних витрат. Розуміння власної соціальної відповідальності та прагнення забезпечити максимально безпечні умови для свого персоналу і клієнтів, а також запропонувати розширений перелік послуг, щоб людина, яка вибралась з дому, могла вирішити кілька своїх задач в одному місці	Оптимізували процеси розвозки персоналу АЗС на робочі місця і додому, забезпечили співробітників всіма необхідними засобами індивідуального захисту, розміткою. Витрати – 3,5 млн грн. Виділили 12,5 тис. л пального на заправку автомобілів медиків київських опорних лікарень. Закупили обладнання для кількох лікарень на загальну суму майже 200 тис. грн. (100 багаторазових медичних костюмів, 100 масок, 100 окулярів-масок та 10 опромінювачів для Головного військового госпіталю). Силами мережі кафе «Борщ» щодня надають гарячі обіди для сотні лікарів київської клінічної лікарні №4. Виділено пальне для Солом'янського соціального центру, що працює з групами ризику; волонтерській організації Motohelp, яка допомагає при ДТП та здійснює доставку донорської крові, а також для автомобілів швидкої допомоги Київської області. Загалом виділено на ці цілі близько 2 млн грн. Відкрили можливість «підвішувати» обіди для медиків. Допомагають фонду «Життєлюб» доставляти людей з мало мобільних груп до лікарень на процедури	Соціальні проекти компанії носять довгостроковий та системний характер. Підвищення морально-психологічного клімату та консолідація дій співробітників сприяли їх добровільному бажанню долучитися за власний кошт до соціальних ініціатив компанії: купили для 13-ї підстанції швидкої допомоги м. Київ, що на 100% працювала з викликами на підозри на коронавірус, 50 багаторазових медичних костюмів, 200 масок, 30 окулярів і пальне. Організували день донора і поповнили запаси банку крові
Нова Пошта	Компанія, що надає повний спектр логістичних та пов'язаних з ними послуг.	Зосередилися на забезпеченні безпеки та здоров'я працівників і клієнтів при одночасному	Для співробітників і клієнтів створено простір безпечної доставки: засоби захисту, дезінфекційні засоби, масочний режим, контролюється відстань черги тощо. Запровадили послугу безконтактної доставки кур'єрами та можливість замовити посилки в поштаматі. Офіс	Допомога конкретними діями у боротьбі з пандемією та надання прикладу іншому бізнесу в країні компанія вважає актуальною формою соціальної

Продовження табл. Б.1

1	2	3	4	5
	Компанія впроваджує збір вторсировини у своїх відділеннях і на терміналах	прагненні максимально мінімізувати негативні наслідки для бізнесу та зберегти робочі місця. Фокусування на допомозі громадянам у боротьбі з коронавірусом. Зусилля зосереджені на операційній ефективності, забезпеченні безперервності всього ланцюга бізнесу	підтримки переведений на дистанційну роботу. Заявили про виділення 25 млн грн. на допомогу українським лікарням. Закликали весь український бізнес приєднатися та допомогти країні. Перша адресна допомога у вигляді устаткування та медикаментів була відправлена в Полтавську інфекційну лікарню, наступна – в міську клінічну лікарню №5 в м. Полтава. Допомога також була відправлена різним лікарням м. Чернівці. У координації з Офісом Президента безкоштовно доставили 6,5 млн од. медичних товарів лікарням країни. На час карантину розширили свій ключовий соціальний проєкт «Гуманітарна пошта» та розпочали безкоштовно доставляти засоби індивідуального захисту та все необхідне для боротьби з вірусом лікарням, дитячим будинкам, військовим та незахищеним верствам населення. Спільно з Rozetka та фондом Життєлюб за підтримки міських адміністрацій запустили проєкт допомоги літнім людям, завдяки чому десятки тисяч пенсіонерів по всій Україні зможуть залишатися вдома і не наражати себе на небезпеку, виходячи в магазин за продуктами. Будь-хто може «підвісити» продуктовий пакет на сайті Rozetka, який доставлять стареньким самотнім людям, що входять у найбільш вразливу від коронавірусної інфекції категорію громадян	відповідальності. Важливим також є інформаційна складова і тому компанія намагається максимально демонструвати результати діями
ROSHEN	Кондитерська корпорація, що виробляє понад 320 найменувань високоякісних кондитерських виробів і у рейтингу	Найбільший виклик – падіння попиту на продукцію в зв'язку зі зниженням рівня життя населення і загальним станом економіки країни.	Максимально усунули від роботи співробітників старше 55 років, з метою збереження їх життя і здоров'я; посилили санітарно-гігієнічні норми та медичний контроль за станом здоров'я співробітників; організували міські транспортні спецрейси для доставки працівників до робочих місць; зберегли оплату співробітників, відсторонених від роботи через вік, а також працюючим від-	Соціальна відповідальність має фокусуватись на значимості, системності та адекватності. Компанія постійно вивчає та оновлює потреби медичних закладів з метою забезпечення їх необхідним для боротьби з Covid-19.

Продовження табл. Б.1

1	2	3	4	5
	Global Top-100 Candy Companies посідає 27-те місце. Корпорація реалізує масштабні та системні благодійні і соціально-культурні проекти	Першочерговим обов'язком компанії було вжити усіх заходів, спрямованих на запобігання розповсюдження захворювання, забезпечити безперервний виробничий процес та зберегти рівень добробуту співробітників. Соціальний обов'язок компанії – допомагати населенню та медикам, які перебувають в зоні ризику	далено. Окрім того компанія взяла на себе зобов'язання по 100% покриттю вартості лікування співробітників, при захворюванні на коронавірус COVID-19. Для лікарень та медперсоналу корпорація закупила: 130 тис. комплектів костюмів індивідуального захисту; 10 портативних рентген-апаратів на суму в понад 10 млн грн.; 10 тис. захисних окулярів; 60 тис. пар нестерильних нітрилових рукавичок. Профіансували закупку 25 тис. продуктових наборів «Життєлюб» для літніх людей	Політика соціальної відповідальності сконцентрована на підтримці сектору охорони здоров'я
Intellias	Одна з найбільших IT компаній України, заснована у м. Львів у 2002 р. Компанія займається розробкою комплексного програмного забезпечення, спеціалізуючись на автомобільній галузі, навігаційних системах та фінансових технологіях.	Поставлено дві основні задачі: забезпечити захист та безпеку своїх співробітників з дотриманням усіх вимог карантину, а також допомогти країні на шляху до швидшого подолання пандемії та її наслідків. В компанії вважають, що стримування розповсюдження інфекції є не менш важливим і терміновим, ніж підготовка	Було створено спеціальну кросфункційну команду, яка слідкує за розвитком епідемічної ситуації, оперативно впроваджуючи необхідні заходи. Понад 96% спеціалістів компанії переведені у режим роботи з дому. Відділ підтримки роботи офісу допоміг з підготовкою всього необхідного для віддаленої роботи, у тому числі з перевезенням техніки та меблів у разі потреби. Всі робочі зустрічі та освітні заходи проводять лише в онлайн форматі. Підтримали стратегію масового тестування населення, тому виділили 1,5 млн грн. на закупівлю 10 тис. тестів для швидкої діагностики захворювання на коронавірус. Компанія провела внутрішнє опитування, яке показало, що близько 70% спеціалістів потребують тих чи інших захисних засобів на час карантину, що	Передали партію експрес-тестів Львівському IT Кластеру, який спільно з Львівською обласною та міською владою запустив кампанію з масового тестування населення у м. Львів та області. Під тестування перш за все потрапив медичний персонал, працівники комунальних служб та люди з груп ризику. Переконані, що поточна криза поставить турботу про здоров'я в центр програм соціальної відповідальності, а компанії будуть частіше об'єднуватись у

Продовження табл. Б.1

1	2	3	4	5
	Відповідно до своєї CSR стратегії компанія підтримує сталий розвиток міст, особливо еcomobility ініціативи	медичних закладів до лікування хворих. Раннє виявлення кожного інфікованого дозволить запобігти передачі захворювання від нього до багатьох інших людей, врятувати життя та заощадити ресурси медичних закладів	було закуплено та доставлено співробітникам зручним для них способом	реалізації спільних проєктів замість окремих власних ініціатив. При цьому очікування працівників щодо соціальної відповідальності бізнесу також підвищуються
ПУМБ	Приватний банк, який прагне бути фінансовим радником і помічником як для приватних осіб, так і для корпоративних клієнтів. Банк входить в десятку найбільших банків України за ключовими фінансовими показниками. Вже понад 28 років банк веде бізнес відповідально, інвестуючи частину прибутку не тільки в розвиток банку та	Основні виклики – збереження команди, переведення в онлайн всіх можливих процесів, підтримка бізнес-партнерів і клієнтів. Для тих, хто не може працювати дистанційно, запровадили всі необхідні заходи – маски та засоби індивідуального захисту, дезінфекція приміщень, організація транспортування тощо. Важливий момент – збереження всіх ключових напрямів діяльності, які підтримують життє-	На час дії карантину банк намагається допомогти своїм клієнтам – не застосовувати штрафні санкції чи підвищені відсоткові ставки для тих клієнтів, які не зможуть своєчасно погашати свої платежі за кредитом. Ті співробітники, які не працюють через закриття відділення та точки продажу у партнерах-магазинах, знаходяться дома та отримують 2/3 зарплатні. Ті, хто продовжують обслуговувати у відділеннях клієнтів, отримують підвищену оплату. У відділеннях дотримуються всіх необхідних санітарних норм. Максимально забезпечили можливість віддаленої роботи. Разом з Благодійною організацією «Фонд Ріната Ахметова» закупили обладнання першої необхідності для медичних закладів заходу та сходу України, а також засоби персонального захисту для лікарів. Банк підтримує лікарні у Донецькій, Луганській, Івано-Франківській, Чернівецькій та Львівській областях. Для лікарень західного регіону законтрактували два апарати ШВЛ. Стартувала акція зі збору коштів серед співробітників	Відбулося додаткове переосмислення важливості кожного співробітника, його здоров'я і безпеки. Максимальна кількість співробітників переведена на дистанційну роботу. Посильні інвестиції компанії на підтримку лікарень і медиків для компанії також надзвичайно важливі. Приділяється підвищена увага контролю проходження платежів за товари медичного призначення з метою упередження шахрайства. Банк перевів більшість бізнес-процесів в онлайн режим, для безпеки клієнтів оперативно запустив послугу купівлі валюти онлайн у мобільному додатку.

Продовження табл. Б.1

1	2	3	4	5
	навчання персоналу, вдосконалення якості продуктів і послуг для клієнтів, але й у розвиток бізнес-середовища, підвищення фінансової грамотності населення	здатність бізнесу. Важливою є робота з психологічним станом співробітників, допомога людям пройти цю кризу, як фінансово, так і психологічно. Допомога медичній системі України: захист лікарів та закупівля необхідного обладнання в лікарні	для закупівлі засобів персонального захисту для лікарів. Закуплені на зібрані кошти засоби передані регіональними підрозділами компанії в лікарні, в яких виникла критична потреба в цьому, і де сконцентрована найбільша кількість хворих з підозрою на коронавірус	Змінили акценти розвитку бізнесу та соціальної відповідальності на захист, безпеку, дистанційні канали
BMSERVICE	Офіційний дистриб'ютор професійного технологічного, торговельного та холодильного обладнання провідних європейських виробників для оснащення супермаркетів, ресторанів, пекарень, овочевих складів та інших об'єктів харчової промисловості. Надають послуги із сервісного й технічного обслуговування об'єктів рітейлу,	В компанії переконані, що першочергово, треба направити свої сили на допомогу в боротьбі з коронавірусом COVID-19. При цьому керівництво компанії не припиняє підтримку й інших, традиційних для себе види соціальної відповідальності. Викликом для команди компанії був перехід на віддалену	На допомогу медицині в боротьбі з пандемією в Україні виділили 300 тис. грн. За підтримки Всеукраїнського благодійного Фонду «Крона» закупили дистанційні термометри, пульсоксиметри та засоби індивідуального захисту для лікарні інтенсивного лікування «Кременчуцька». Закупили 80 дихальних масок для апаратів ШВЛ для двох лікарень м. Біла Церква, Київської області. Весь офіс перейшов на дистанційну роботу, зустрічі з командою проводять в Zoom. Склад, виробництво та сервісні інженери продовжували працювати, але з посиленими методами безпеки – вони забезпечені засобами індивідуального захисту та антисептиками	Деякі активності в межах КСВ-діяльності були зупиненими і перенесеними на післякарантинний період (екологічний напрям). Частину ж діяльності компанія адаптувала до онлайн формату. Щоденно команда з КСВ компанії відстежувала ситуацію щодо поширення коронавірусу в Україні, вивчала потреби українського суспільства – співробітників, медичних працівників, громадян – і намагалася реагувати відповідно до їх можливостей. Також у компанії було розроблено план подальших дій у разі загострення

Продовження табл. Б.1

1	2	3	4	5
	автоматизації й розробки систем сучасного моніторингу холодильних установок, виробництва окремих одиниць холодильного обладнання. КСВ-діяльність компанії спрямована на професійну освіту, допомогу хворим дітям, людям поважного віку, зменшення негативного впливу на навколишнє середовище	роботу. Більшість співробітників ніколи не працювали дистанційно, вони не звикли проводити зустрічі з клієнтами офлайн		ситуації, в тому числі з залученням корпоративних волонтерів. В компанії вважають, що після кризи більшість суб'єктів господарювання перегляне свою КСВ-стратегію, а ті, які її не мали, – створять. З'явиться більше проєктів, спрямованих на охорону здоров'я співробітників і підтримку лікарень, почне активно розвиватися корпоративне волонтерство
Київстар	Найбільший український оператор телекомунікацій, що надає послуги зв'язку та передачі даних для понад 26 млн абонентів. Працюють як системний бізнес, що активно реалізовує проєкти корпоративної соціальної відповідальності з	Головний виклик і завдання компанії – забезпечення безперервності зв'язку. Для компанії також критично важливими є безпека та здоров'я працівників і надання їм можливості працювати безпечно та ефективно	Виділено 30 млн грн. благодійної допомоги. Разом з БФ «Твоя опора» закуплено 10 апаратів штучної вентиляції легень та 20 моніторів, що здатні відстежувати стан тяжкохворих пацієнтів. Решту допомоги спрямовано на витратні матеріали, що забезпечать роботу обладнання протягом року, та засоби особистого захисту для українських медиків. Інвестували 30 млн грн. на підтримку українських медиків: нараховано по 150 грн. на бонусні рахунки медиків; забезпечено безкоштовні дзвінки на номери державних гарячих ліній та надано нетарифікований доступ до офіційних інформаційних ресурсів; забезпечено безкоштовні консультації лікарів у	У компанії вважають, що зараз зусилля варто спрямувати у трьох основних напрямках. По перше, створення безпечних умов праці для своїх співробітників. По друге, підтримка громад у боротьбі з вірусом, включно із фінансовою за можливістю. І останнє, але не менш важливе, – це турбота про своїх клієнтів та забезпечення їх якісними послугами, що допоможуть їм пережити ці часи.

Продовження табл. Б.1

1	2	3	4	5
	2006 р. Сьогодні КСО-стратегія Київстар сфокусована на трьох напрямках: безпека для дітей в Інтернеті, цифрова грамотність для старшого покоління та розвиток підприємництва. Розвивають внутрішнє корпоративне волонтерство та спільно з УББ реалізовує проект СМС-благодійності «Дитяча надія»		<p>додатку «Доктор онлайн»; здійснено спеціальні нарахування для абонентів, що перебували в роумінгу; надано допомогу бізнес-клієнтам із впровадженням системи віддаленого офісу, створено пільгові пропозиції для них тощо.</p> <p>Продовжують інвестувати у розвиток мережі та розширюють покриття 4G.</p> <p>Більшу частину колективу переведено у дистанційний режим. На робочих місцях залишалися лише ті, чия присутність є критично важливою для функціонування компанії. Для них організовано особливі умови праці та застосовані посилені профілактичні заходи</p>	<p>Розроблено план заходів у випадку погіршення ситуації та введення додаткових обмежувальних заходів в країні, які дозволять і надалі піклуватися про наших співробітників та абонентів.</p> <p>Криза підкреслила важливість розвитку напряму корпоративної соціальної відповідальності для бізнесу, а об'єднанні зусилля бізнесу, благодійних організацій та активної громади здатні долати будь-які виклики</p>
Innovecs	Міжнародна ІТ-компанія з офісами в Нью-Йорку, Сан-Франциско, Лондоні та Тель-Авіві, а також з R&D центрами в Україні. Спеціалізуються на розробці програмного забезпечення у сферах логістики, роздрібної торгівлі, охорони здоров'я,	<p>Основний виклик, який сьогодні стоїть перед компанією – це швидка адаптація до нових умов та здатність побудувати ефективний бізнес-процес у дистанційному режимі.</p> <p>Важливо не забувати про підтримку і</p>	<p>Створено фонд із боротьби з COVID-19 «Innovecs COVID-19 Fund» в розмірі 1,5 млн грн., кошти з якого спрямовуються на підтримку ініціатив з подолання коронавірусу в Україні та на забезпечення безпеки співробітників компанії та їх сімей. Було закуплено та встановлено кисневу магістраль у Київську міську клінічну лікарню №17.</p> <p>Компанія підтримує мотивацію співробітників та піклується про їх здоров'я й комфорт навіть поза офісом. Співробітники активно долучаються до ініціатив з подолання коронавірусу на волонтерських засадах, дотримуючись при цьому режиму роботи з дому</p>	<p>Робоча група фонду із боротьби з COVID-19 працювала над пошуком рішень, які допоможуть країні подолати епідемію. У фокусі не тільки медичне обладнання, а й засоби спецзахисту для медиків.</p> <p>Бізнес не може бути відокремленим від потреб та проблем людей. Криза звернула увагу багатьох компаній на стан системи охорони здоров'я в Україні. Деякі компанії під час</p>

Продовження табл. Б.1

1	2	3	4	5
	медіа та рекламних технологій, фінтех, ігор та розваг. Реалізують проекти з соціальної відповідальності	продовжувати дбати про найцінніший ресурс компанії – її працівників		пандемії продовжили програми соціальної відповідальності, а для деяких вона стала поштовхом, аби розпочати свою діяльність у цьому напрямку
Vodafone	Провідний український мобільний оператор, який надає широкий спектр послуг, включаючи передачу даних за технологіями 3G та 4G, мобільний голосовий зв'язок, обмін повідомленнями, фіксований інтернет і мобільне телебачення. Продовжує підтримувати актуальні КСВ-проекти щодо просування та впровадження сучасних технологій у таких сферах, як освіта, медицина, наука, туризм, а також благодійний проект допомоги дітям з вадами	Допомога бізнесу є вкрай необхідною для того, щоб побороти COVID-19 та максимально зберегти людські життя. Є потреба у більшій мобілізації ресурсів бізнесу. Основним завданням компанії є забезпечення безперебійного надання високоякісних послуг зв'язку та створення для співробітників максимально безпечних умови праці	Закупили 5 апаратів штучної вентиляції легень для лікарень м. Київ, Львів, Харків, Житомир та Луцьк. Групою компаній NEQSOL Holding було прийнято рішення виділити 1 млн дол. США на боротьбу з коронавірусом в Україні. Кошти було використано на покупку устаткування, систем тестування, препаратів, витратних матеріалів, необхідних у лікарнях України для захисту лікарів та лікування пацієнтів. Витратили 33 млн грн. на підтримку української медицини у боротьбі з коронавірусом. Надали клієнтам безкоштовний безлімітний доступ до популярних месенджерів і соціальних мереж Online Pass та доступи без доплати до ряду розважально-освітніх сервісів компанії – серіалам, фільмам та трансляціям уроків «Всеукраїнська школа online» на Vodafone TV, Vodafone Books, Дитячому клубу Vodafone, магазинів додатків Vodafone Market та Vodafone Kids Market. За погодженням з Міністерством закордонних справ України поінформували клієнтів, які перебували у роумінгу, про майбутнє закриття кордону України та поповнив їхні рахунки на 100 грн. Нараховували медичним працівникам по 10 ГБ мобільного інтернету і 1000 хв. для дзвінків на номери всіх операторів в Україні, включаючи міські мережі.	Поточні проекти у сфері соціальної відповідальності фінансуються на запланованому рівні, додаткові кошти спрямовано на закупівлю обладнання для лікарень. З метою максимальної допомоги країні та її громадянам у подоланні коронавірусу виділено додаткове фінансування та перерозподілено ресурси, йде співпраця з благодійними фондами, медичними закладами та державними установами – МОЗ, МЗС, Мінцифри, РНБО. Відмовилися від податкових пільг на підтримку бізнесу, передбачених законом №3220. Економічні втрати, спричинені наслідками карантинних заходів, нівелюються перебудовою роботи компанії, задля того, щоб вони не відобразились на якості надання послуг клієнтам та рівні оплати праці співробітників

Продовження табл. Б.1

1	2	3	4	5
	серця – «Добра справа в подарунок»		Більшість працівників було переведено на віддалений режим роботи. Основна частина робочих процесів, в тому числі, доступ до інформаційних систем та баз, доступні незалежно від місцезнаходження співробітника. Це стосується як процесів погодження документів, так і віддаленого керування мережею	
Parimatch	Міжнародний букмекерський холдинг. Реалізують соціальну відповідальності завдяки некомерційній організації, міжнародному БФ Parimatch Foundation. Місія Фонду – сприяти підвищенню добробуту та здоров'я спільноти через навчання та залучення дітей до занять спортом, надаючи рівні можливості для кожного	Через пандемію фонд був вимушений відкласти свою основну діяльність і направити зусилля на те, щоб допомогти Україні пережити цей складний час. Більшість запланованих заходів було скасовано через карантинні обмеження	Разом з міжнародним благодійним фондом Parimatch Foundation виділили 10 млн грн. на боротьбу з пандемією в Україні. Сфокусувалися на забезпеченні засобами індивідуального захисту медичних працівників. Передали захисні окуляри, респіратори різного ступеня захисту, нітрилові рукавички та безконтактні градусники десяти лікарням м. Київ. Запустили онлайн-зарядку та спортивний челендж разом із українськими спортсменами і продовжують говорити про важливість спорту в житті дитини під час карантину	Переконані, що під час пандемії, кожна компанія має трохи відійти від своїх звичних напрямків роботи та докласти зусиль, аби допомогти країні пережити цей складний період. Надано допомогу (засоби індивідуального захисту та апарати ШВЛ 5) опорним лікарням в Чернівецькій, Івано-Франківській та Львівській областях. Акцент на відповідальності перед власним персоналом та партнерами, розуміння важливості виплати заробітної плати, йти на поступки партнерам, знаходити компроміс, адаптуватися
Softserve	Провідна ІТ-компанія, що займається консалтингом та надає послуги у сфері цифрових технологій.	Основний виклик – вийти з кризи з мінімальними втратами. Компанії мають потурбуватись про безпеку та здоров'я	Виділили 10 млн грн. для підтримки медичних закладів, розташованих навколо офісів у м. Львів, Рівне, Харків, Чернівці, Івано-Франківськ, Київ. Корпоративний БФ «Відкриті очі» здійснив додатковий збір коштів серед працівників компанії та усіх охочих. Було зібрано понад 700 тис. грн., які спрямували на	Кризовий комітет компанії здійснював моніторинг розвитку подій, і вживав усіх необхідних заходів для захисту інтересів та безпеки глобальної спільноти. Здійснено оперативне

1	2	3	4	5
	Програма корпоративної соціальної відповідальності спрямована не лише на працівників компанії, а й на підтримку та розвиток локальних спільнот. В основі щоденної роботи ІТ-компанії лежить відповідальність перед клієнтами, працівниками та суспільством	своїх співробітників, інтереси клієнтів та громад. Пріоритетна задача для бізнесу – зберегти робочі місця та бізнес, а також підтримати працівників. Компанії мають допомогти лікарням пройти це випробування та врятувати життя тисяч людей	придбання обладнання та засобів захисту для лікарень. Команда фонду цільово працювала над вивченням ситуації, вивчала запити, необхідність у медичній техніці, ліках тощо, та спільно з лікарнями визначала потреби для максимально швидкого реагування. Надали професійну допомогу у розробці та впровадженні технологічних рішень для органів місцевого самоврядування та державних установ. Розроблено інтернет-платформу «STOP COVID-19» та чатботи для Львівської обласної ради. Платформа містить інформацію про медичні установи області із зазначенням контактів сімейних лікарів, актуальну карту поширення Covid-19 в Україні, інформацію про симптоми. Команда волонтерів SoftServe разом з представниками ЮНІСЕФ та Центру громадського здоров'я МОЗУ оптимізували процеси збору та обробки первинних даних обласних епідеміологічних лабораторій. Працівники переведені на дистанційний режим роботи, отримували різні види підтримки	переведення усіх працівників на віддалену роботу та пристосування операційних процесів під новий формат ведення бізнесу. Поставлено завдання допомогти лікарям та медичним закладам отримати необхідне обладнання для боротьби з вірусом, пріоритетно – в тих містах, в яких присутні офіси компанії. Проекти соціальної відповідальності не зупинялися, проте можливий певний перерозподіл уваги
Сингента	Одна з провідних аграрних компаній світу, яка допомагає безпечно годувати людство, піклуючись про планету. Компанія робить суттєвий внесок у розвиток громад, розвиває майбутнє покоління та акти-	Коли країна постає перед новими викликами, важливо залишатися спокійними та зосередженими, допомагати країні та містам як фінансово, так і об'єднавши зусилля. Деякі соціальні проекти поставлено на	Мобілізували ресурси для організації логістики медпрацівників. Надали матеріальну допомогу для закупівлі бензину Департаменту охорони здоров'я Київської області, у яких в підпорядкуванні знаходиться 14 інфекційних лікарень. Надано допомогу у розмірі 100 млн грн. БФ «Крона» на закупівлю засобів індивідуального захисту для лікарень Київської та Івано-Франківської області. Всі підрозділи компанії продовжують працювати й оперативно надавати українським сільгоспвиробникам необхідні консультації, продукти та послуги для забезпечення посівної кампанії, при цьому було вжито	Компанія слідкує за ситуацією і намагаємося реагувати відповідно до її можливостей. Розроблено план дій та допомоги

Продовження табл. Б.1

1	2	3	4	5
	вно взаємодіє із різною аудиторією через низку власних і партнерських проєктів і ініціатив. Соціальні проєкти втілюються за кількома напрямками: освіта, турбота про працівників та їх сім'ї, корпоративне волонтерство	паузу або переведено в онлайн режим (освітні ініціативи розвитку аграрної молоді). Основне – зберегти бізнес, щоб забезпечити населення продуктами харчування. У фокусі уваги співробітники та їх сім'ї, українські аграрії, їхня безпека та здоров'я	всіх рекомендованих МОЗ та ВООЗ заходів безпеки на всіх без виключення об'єктах, оскільки багато працівників компанії мають роз'їзний характер роботи. Частину бізнес-процесів було переведено в онлайн-режим	
Метінвест	До Групи Метінвест входять видобувні і металургійні підприємства України, Європи та США. Компанія є одним з найбільших вітчизняних роботодавців та має багаторічний практичний досвід впровадження кращих світових стандартів у сфері соціальної відповідальності	Головним викликом для компанії в період пандемії стала безпека персоналу. Важливим є також допомога медичним установам та громадянам	Персонал забезпечили засобами індивідуального захисту. Заробітна плата співробітникам виплачувалася в повному обсязі. Адміністративний персонал керуючої компанії і до 95% адмінперсоналу виробничих підприємств були переведені на віддалену роботу. ММК ім. Ілліча передавав кисень в маріупольські міські та обласні лікарні, перинатальний центр, онкологічний диспансер, а також всім медичним установам, які його потребують. Побудували киснепроводи та кисневі модулі у трьох міських лікарнях Маріуполя. Санаторії-профілакторії компанії були переведеними в режим чергування. Фонд Ріната Ахметова разом із Групою Метінвест передав у Донецьку, Дніпропетровську та Запорізьку області 160 тис. тестів на виявлення COVID-19. Фонд Вадима Новинського разом із Групою Метінвест передав респіратори і костюми високого ступеню захисту медикам 17 лікарень Дніпропетровської області,	Акцент робився на практичному аспекті допомоги, підготовці до можливих наслідків поширення вірусу. Важливою є максимальна турбота про співробітників і допомога жителям міст присутності. Докладання зусиль, щоб підприємства продовжували безперебійно працювати і забезпечували робочі місця, сплачувати податки

Продовження табл. Б.1

1	2	3	4	5
			10 тисяч тест-систем для виявлення COVID-19 Дніпропетровській обласній лабораторії, а також закупив партію засобів індивідуального захисту для медиків міських лікарень Кривого Рогу. Забезпечували продуктовими наборами ветеранів виробництва в Маріуполі, Запоріжжі, Кривому Розі, Авдіївці, Кам'янському, Покровську, Новгородському. Виділено 300 млн грн. на боротьбу з COVID-19	
1+1 медіа	Один з найбільших медіа-холдингів України. Компанія позиціонує соціальну відповідальність як «стиль поведінки й спосіб життя, який не залежить від економічних чи політичних переконань». Компанія реалізує низку проєктів, що стосуються якісної освіти, здоров'я, екології та інших напрямів соціальної відповідальності	Основний виклик – оперативне інформування громади щодо поширення COVID-19, для цього журналісти працювали на першій лінії оборони і так само як і лікарі, водії громадського транспорту чи продавці, наражають себе на небезпеку під час виконання своїх професійних обов'язків. Докладання зусиль для того, щоб виробничі процеси не були зупинені та при цьому зберегти здоров'я співробітників	Під час пандемії в ефірах телеканалів 1+1 медіа кожного дня виходило декілька випусків ТСН, які забезпечували аудиторію інформацією щодо поширення пандемії в Україні та світі. Журналісти випустили низку спецпроєктів «Карантин», «Карантинний патруль» та «Не один на карантині», які розповідали про правила самоізоляції, давали рекомендації як зберегти стосунки з родиною та організувати робочий та шкільний процес дома. Приєдналися до проєкту «Всеукраїнська школа онлайн» та транслювали уроки в прямому ефірі для 5 та 8 класів. Дитячий телеканал ПЛЮСПЛЮС і МОЗ України запустили анімаційний ролик для дітей з порадами про те, як поводитися під час карантину	Слідкували за перебігом подій та висвітлювали їх в ефірах новинних програм. Соціальна відповідальність компанії в пандемію зосередилася на створенні безпечних умов для співробітників, клієнтів та інших стейкхолдерів
Beetroot	Шведсько-українська ІТ-компанія, яка прагне до ста-	Основний виклик – здоров'я людей	Beetroot Academy адаптував всі існуючі курси до онлайн формату. Стартувала нова модель – онлайн-курси без обов'язкової передплати (оплачувати	Спеціалісти залучені у кілька десятків міжнародних проєктів і найбільший пріоритет – зберегти

Продовження табл. Б.1

1	2	3	4	5
	лості у створенні програмного забезпечення та позитивного впливу на суспільство. До екосистеми Beetroot також входить Beetroot Academy – ІТ-школа, що працює за принципом соціального підприємництва. Це можливість отримувати якісну ІТ-освіту та роботу у 18 містах України		потрібно лише після працевлаштування) за двома напрямками – дизайн та розробка. Пропонували свої послуги компаніям чи іновативним проектам, націленим на подолання нинішньої кризи, на особливих умовах (надавали розробників та створювали MVP для healthtech-проектів, пов'язаних з тестуванням, моніторингом, запобіганням поширенню хвороб)	команду та клієнтів, щоб люди спокійніше та впевненіше перебули важкий період. Впевнені, що ця криза змусить керівництво багатьох компаній переглянути свою соціальну позицію, та надалі бути більш залученим у потреби країни, бізнес більше не може залишатися осторонь глобальних проблем
Infopulse	Надають послуги з розробки ПЗ, інформаційної безпеки та ІТ-операцій. Беруть активну участь в соціальних програмах, надають підтримку провідним університетам України, дотримуються принципів сталості та соціально відповідальних операцій	Основний виклик компанії – забезпечення безперервності роботи спеціалістів та надання послуг замовникам в нових умовах	Під час пандемії здійснюють проект допомоги лікарям первинної ланки м. Житомир, де розташоване представництво «Infopulse». Мета проекту – забезпечити лікарів засобами індивідуального захисту (масками, костюмами, окулярами, щитками тощо). Бізнес має, в першу чергу, подбати про збереження здоров'я спеціалістів, партнерів, замовників та забезпечити усі необхідні для цього умови. Зусиллям працівників було зібрано 600,3 тис. грн. Регулярно зусиллями волонтерів Infopulse та спільно із БО «Діти надії та любові» закуповувалися засоби індивідуального захисту для лікарів первинної ланки. Розробили чат-бота для Telegram, який відстежує наявність вільних вікон доставки продуктів із супермаркетів та надсилає відповідне повідомлення	Отримані можливості від COVID-19 – підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу незалежно від його розміру – кожен робить щось у межах власних можливостей. У кризові часи люди схильні об'єднувати зусилля, займати проактивну позицію у вирішенні проблеми, тому важливо підтримувати корпоративне та pro-bono волонтерство. Бізнес проходить етап трансформації, бізнес-стратегія набуває більш реактивного характеру.

Продовження табл. Б.1

1	2	3	4	5
				Головний КСВ-фокус – це збереження здоров'я спеціалістів та допомога медикам. Кризові стани дозволяють виявити рівень гнучкості компаній та проявляють зони зростання. Після завершення пандемії бізнес почне розбудовувати сталу економіку, буде активно розвиватися волонтерство
АСТАРТА	Один з найбільших вертикально інтегрованих агро-індустріальних холдингів в Україні. У 2014 р. «АСТАРТА» розробила КСВ Стратегію з метою узагальнення соціальних та екологічних ініціатив, посилення їх результативності	Пріоритетним є мобілізація сил та взаємодія з владою та іншими бізнесами для подолання коронавірусу. Не менш важливою є відповідальність перед працівниками, пайовиками та їхніми родинами, тому необхідно забезпечити безперервність виробничих процесів, фінансову стабільність	Мобілізували всі свої ресурси та виділили 23 млн грн. на підтримку громади. Передано допомогу лікарням (дезінфектори, антисептики, тест-системи на визначення коронавірусу, захисні костюми, респіратори, одноразові рукавички, окуляри, маски). Закупили 15 апаратів штучної вентиляції легень, 5 кисневих концентраторів, дефібрилятор, монітори пацієнта, пульсоксиметри, безконтактні термометри для Глобинської, Шишацької, Семенівської, Решетилівської, Новосанжарської, Кобеляцької, Хорольської, Миргородської, Волочиської, Підволочиської, Лановецької, Красилівської, Чуднівської, Хмельницької, Диканської районних лікарень. 36 лікарень у Полтавській, Хмельницькій, Вінницькій, Житомирській, Тернопільській, Харківській та Чернігівській областях отримали допомогу	Максимальну кількість адміністративного персоналу переведено на віддалену форму роботи. Команда працювала злягджено, втрати продуктивності не було. Колектив, котрий працює в полі, або ж у зв'язку з посадовими обов'язками, не може залишатися вдома, проінструктований щодо дотримання правил поведінки під час пандемії коронавірусу, забезпечений захисними масками, рукавичками та дезінфікуючими засобами. Програми соціальної відповідальності під час пандемії скороченими не були
Carlsberg	Компанія є частиною Carlsberg Group, однієї з провідних пивоварних груп світу з вели-	Основні виклики – забезпечення додаткового захисту і підтримки працівників, клієнтів	Піклування про співробітників – всіх, кому дозволяють обов'язки, було переведено на онлайн роботу, для тих, хто залишався на підприємствах, створено безпечні умови праці. Постійно вивчали потреби медичних закладів, на	Компанія завжди інвестувала кошти в науку, а в пандемію спрямувала 13 млн євро на медичні дослідження вірусу. Благодійну допомога у розмірі

Продовження табл. Б.1

1	2	3	4	5
	ким портфелем брендів пива та інших напоїв. Співпрацює з Всесвітнім фондом дикої природи, Business for Social та Carbon Trust задля досягнення нових довгострокових цілей відповідального розвитку	та партнерів, безперервної роботи підприємств, оптимізація витрат та акумулювання ресурсів, допомога у подоланні пандемії медичним закладам	боротьбу із коронавірусом COVID-19 виділили 95 млн данських крон на дослідження. Закупила близько 8 тис. захисних костюмів для лікарень м. Київ, Львів, Запоріжжя, надали кошти на 3 апарати ШВЛ, 8 кисневих концентраторів. Долучилася до проекту «Обід для медика» та разом з рестораном Il Molino розвозили обіди і квас лікарям у Олександрівську лікарню м. Києва	5,4 млн грн. надали українським лікарням
lifecell	Український діджитал-оператор високошвидкісного мобільного зв'язку та інтернету	В умовах пандемії мобільний зв'язок та інтернет стали важливими компонентами життя та роботи українців, запорукою функціонування бізнесу та об'єктів критичної інфраструктури. Компанія має забезпечувати якісну та надійну роботу всіх сервісів 24/7 та бути готовою до пікових навантажень на мережу. Перевели офіси в режим віддаленої роботи та організації безпечних умов пра-	Перевели всі офіси на віддалену роботу з повним збереженням заробітної плати та пільг працівникам. Працівникам було заборонено відвідувати офіс, окрім критичних випадків та виключно з дотриманням основних вимог захисту від коронавірусу. Здійснювалася регулярна дезінфекція приміщень. Співробітників, що займаються технічним обслуговуванням мережі, було забезпечено засобами захисту. Придбали 2 апарати ШВЛ вартістю 1,05 млн грн. для опорної лікарні Київщини Білоцерківської міської лікарні №3 та Уманської міської лікарні. Працівниками було організовано краудфандингову кампанію BIG HEARTED COMPANY та зібрано близько 440 тис. грн. Оператор звільнив абонентів від оплати дзвінків та при відвідуванні веб-ресурсів МОЗ та МЗС. Запустили ініціативу з підтримки понад 12 тис. медиків України та безкоштовно нараховували 20 ГБ інтернету та 1500 хв для дзвінків на міські та мобільні номери по Україні.	Дистанційна робота не створила суттєвих незручностей, адже працівники lifecell мали таку можливість вже понад 4 роки. Крім того, в компанії діє система електронного документообігу «Вчасно» та електронний підпис Mobile ID. Це дозволило максимально швидко перевести офіси у віддалений режим та не втрачати у продуктивності праці, мережа оператора працювала без перебоїв. Послугою «BiP SOS-пакет» скористалися понад 114 тис. українців. Переконані, що соціально відповідальний бізнес, держава та суспільство мають об'єднати

Продовження табл. Б.1

1	2	3	4	5
		ці співробітникам, що займалися технічним обслуговуванням мережі. Оператор повинен адаптуватися до потреб абонентів у нових умовах карантину та запропонувати їм нові актуальні послуги та сервіси	Змінили назву мережі на пристроях абонентів на BudVdoma. Запропонували низку послуг абонентам – можливість проводити групові відеодзвінки в месенджері BiP, функція керування кількома номерами у застосунку «Мій lifecell», безкоштовна доставка SIM-карт та віддалена покупка eSIM, BiP SOS пакет для абонентів, що не мають можливості поповнити мобільний рахунок, сервіси для дітей тощо. Запустили акції з надання абонентам необмежених хвилин для дзвінків на всі номери по Україні. Українцям, що залишилися за кордоном, було надано можливість спілкуватися у роумінгу за ціною дзвінків по Україні за допомогою віртуальної SIM-карти BiP	максимум зусиль задля боротьби з пандемією COVID-19. І чим більше ресурсів та зусиль буде докладено, то меншими будуть наслідки і швидше повернемося до звичного життя
Прикарпаття-обленерго	Основна діяльність – передача та постачання електроенергії споживачам Івано-Франківської області. Компанія вважає себе частинкою громади краю та протягом багатьох років здійснює соціальні інвестиції в її розвиток	В умовах пандемії виникли запити від лікарень. Перелік необхідних засобів гострої необхідності надали Івано-Франківська обласна клінічна та інфекційна лікарні. Закупили те, що є першочерговим для роботи лікарів та лікарень в цілому – індивідуальний захист. Спостерігалось погіршення	Для боротьби з пандемією придбали понад 3 тис. хірургічних оглядових рукавиць, 700 хірургічних стерильних халатів та 50 комплектів протиепідемічного одягу, які передано двом лікарням. Для Івано-Франківської обласної клінічної інфекційної лікарні закуплено апарат ШВЛ. Запустили флешмоб для залучення інших бізнесів долучитися у допомозі медикам краю. Про потреби інфекційної лікарні розповідають на сторінці Прикарпаттяобленерго у Facebook. Спрямували 1,8 млн грн. на боротьбу з COVID-19. Виділили благодійну допомогу для потреб медиків області: 100 млн грн. перераховано в антикризовий фонд Теплого міста, а 10 млн грн. – Івано-Франківській Архієпархії УГКЦ. На захист працівників спрямовано понад 977 тис. грн. Соціально згуртуватися при фізичній ізоляції дозво-	Планують посилювати дії у напрямі боротьби з пандемією, у тому числі через захист працівників та намагатиметься дотримуватися взятих на себе соціальних зобов'язань перед усіма цільовими аудиторіями

Продовження табл. Б.1

1	2	3	4	5
		психологічного клімату в компанії	лила акція волонтерів «Шиемо маски» та благодійний розпродаж «Маски до Паски». Працівники шили захисні маски для медиків Івано-Франківська та декоративні вироби для продажу, що значно покращила атмосферу в колективі	

Джерело: складено автором на основі [196]

Таблиця В.1

Каталог внеску національних великих підприємств в боротьбу проти воєнної агресії рф в межах соціальної відповідальності бізнесу

Допомога армії	Гуманітарна допомога	Інформаційна допомога	Допомога продуктами	Евакуація та розміщення	Медична допомога	Вихід із ринку рф та білорусі
1	2	3	4	5	6	7
Астарта-Київ Передано 97 автомобілів ЗСУ. Допомога продуктами, евакуація, розміщення: 30 млн грн.	Мережа магазинів «Аврора» Надано понад 5 млн грн. волонтерської допомоги, збір допомоги	Алло Безкоштовний онлайн-курс для дітей середнього та старшого шкільного віку «Маркетинг та комунікації»	АПК Докучаєвські чорноземи Вироблення тушонки та каш з м'ясом для населення, ТРО та ЗСУ	Астарта-Київ Підприємства приймають евакуйованих українців зі Сходу, Півночі та Півдня України	Мережа аптек АНЦ Передавання медикаменти зі своїх зачинених аптек на потреби армії	Корпорація «Біосфера» Припинення дії ліцензій на території рф на використання торгових марок, вихід з ринку
АТБ-Маркет Сформовано резервні фонди продуктів для військових частин ЗСУ, ТРО, резервістів	Астарта-Київ Понад 30 млн грн. на допомогу Україні та українцям. Доставка гуманітарних вантажів	Видавництво Старого Лева Безкоштовний доступ до дитячих електронних книг	Агропродсервіс Відправлення продуктових наборів для людей з особливими потребами	АТБ-Маркет Підвальні приміщення відкриті для всіх, кому нема де сховатися у повітряну тривогу	Артеріум Передали ліки НІССХ ім. М.М. Амосова на суму 1,2 млн грн., Охматдиту – 1 млн грн.	Датагруп (Volia) Відмовились від програмного забезпечення російської компанії DoctorWeb
БТУ-ЦЕНТР 5 грн. з кожного проданого літра хімії спрямовуються на підтримку ЗСУ і центрів гуманітарної допомоги	АТБ-Маркет Національний проєкт збору гуманітарної допомоги продуктами та товарами першої необхідності для підрозділів ЗСУ та ТРО	Фармкомпанія «Дарниця» Організувала для дітей співробітників власний освітній діджитал проєкт – онлайн навчання з цифрового дизайну в TikTok, Youtub	Група АГРОТРЕЙД Допомога населенню регіону зерном і борошном, доставка гуманітарної допомоги, доставка хлібу	Вінницязгаз Компанією створено умови для прийняття тимчасово переміщених осіб	Фармкомпанія «Дарниця» За перші чотири доби війни відвантажили більше ніж 250 тис. пакувань медикаментів на суму понад 13 млн грн. в провідні лікарні м. Київ	ПУМБ Припинив партнерські відносини, які тривали з 2016 р., з білоруссю за програмою пільгового кредитування на покупку сільгосп-техніки білоруського виробництва
ГК «Верес» Партія тушонки (10 тон), виготовленої з сировини, наданої МХП, передана ТРО Черкас, наступні партії – на потреби ЗСУ	БТУ-ЦЕНТР Не змінює ціни на хімію для аграріїв у підготовці до посівної	Датагруп (Volia) Відкрили безкоштовний доступ до перегляду українських телеканалів за кордоном	Авіс Укragро Безкоштовно на одні руки 20 яєць та 10 живих курей жителям м. Суми в перші тижні війни	Молочна компанія «Галичина» Допомога біженцям на кордоні з Польщею	ТОВ «Епіцентр К» Допомога ліками на суму 300 млн грн.	Оболонь Припинила будь-яку співпрацю з рф

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
Волиньгаз На кошти профспілки 75 тис. грн. придбали військовий одяг, ковдри, продукти харчування	ТМ «Добродія» Соціальний проєкт «Добро в дії» – отримані від продажу вівсяних пластівців кошти спрямовуються до БФ	Датагруп (Volia) Видалили з платформи Volia TV всі російські продукти включно з розважальним та аполітичним контентом	АТБ-Маркет Допомога українцям продуктами та товарами першої необхідності на суму понад 100 млн грн.	Датагруп (Volia) Безкоштовне проведення Інтернету, Wi-Fi та ТБ в укриття, забезпечення бомбосховищ сучасними телевізорами	Люксоптика Безкоштовна допомога військовим з поганим зором контактними лінзами	Група компаній «Нові продукти» Оголосила про повне розірвання всіх бізнес-відносин з рф та білоруссю
Вінницягаз Виготовляють «їжаки» і шипи для блок-постів, мангали та «буржуйки» для польових умов	Фармкомпанія «Дарниця» Отримання від міжнародних організацій та передача в лікарні гуманітарної допомоги	Книгарня Є Вилучення з продажу російської продукції, виданої як в рф, так і філіями російських видавництв в Україні	Астарта-Київ Безкоштовно передано і доставлено понад 500 т продуктів харчування	ДТЕК Передано понад 350 т вугілля на потреби громад і для руху евакуаційних поїздів (виїхало 1000 осіб)	Миколаївгаз Придбано необхідні медичні засоби та обладнання на суму 1 млн грн. для потреб області	Укрпошта Розірвала співпрацю з поштою рф. Не відправляє і не приймає відправлення та перекази рф та білорусі
Вольтех Виготовлено та відправлено ЗСУ протитанкові їжаки	ДТЕК Забезпечує військових, медиків та виробників хліба безкоштовною електроенергією у м. Київ, Дніпропетровській та Донецькій областях	Київська школа економіки (KSE) Створено TruthFund аби поширювати правдиву інформацію про війну рф проти України	Волинь-зерно-продукт (ТМ «Вілія») Акумулюють та відправляють в великі міста продовольчі товари	Івано-Франківськгаз Передали в Центр допомоги ВПО продуктові набори, подушки та ковдри на суму 550 тис. грн.	ПУМБ Запустили соціальний проєкт «Ми однієї крові» – фінансування ініціатив з донорства крові, закупівля кровоспинних засобів для ЗСУ	Фармак Вийшли з ринку рф та білорусі. 24 лютого 2022 р. на замитнені на рб стояла фура з ліками на суму майже 200 тис. дол. США, яку передали м. Чернігів
Ворк Україна Перераховано 5 млн грн. до БФ «Повернись живим»	ЕСКА Капітал Допомога клієнтам з перевезенням техніки й авто на західну Україні та за кордон, де має спеціально оснащені захисні майданчики	ЛУН Разом з Poster створили мапу «ЛУН місто» з працюючими відділеннями Нової Пошти, аптеками, заправками	Західний Буг Збирає і відправляє продукти та товари першої необхідності до місць, які найбільше постраждали через війну	Львівгаз Закупили медикаменти та продукти для ВПО, які передали в обласний координаційний волонтерський штаб	Укрпошта На борту партнера авіаліній WindRose доставлено медикаменти та речі першої необхідності на суму 5 млн. дол. США	DOU, Djinni Сервіс пошуку роботи для програмістів відмовився від співпраці з рф
Молочна компанія «Галичина» Поставки молочних продуктів бійцям у м. Київ та області	ТОВ «Епіцентр К» Направила на підтримку країни понад 300 млн грн.	Укравтодор Розвішують дорожні знаки «Окупантам рух заборонено»	Група компаній «Нові продукти» Надала в 10 пунктів переливання крові по 10 тисяч пляшок питної води	ОККО та БФ «Повернись живим» започаткували спільний проєкт надання допомоги волонтерським та	AGRICON Волонтери в м. Тернопіль займаються збором ліків, продуктів харчування і всіх необхідних засобів	Лінія магазинів EVA Відмовились від російських товарів

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
				громадським організаціям, які здійснюють евакуацію населення, перевозять гуманітарну допомогу	для ТРО, дитячих будинків в українських містах	
Фармкомпанія «Дарниця» За власний кошт завезла 10 тис. упаковок стратегічного гемостатика Celox та безкоштовно передала до шпиталів, ТРО, ЗСУ	Кернел Викупувають великі партії рибних консервів та розвозять для цивільних та військових	Київстар разом з Vodafone та Lifecell Запустили національний роумінг в Україні	Оболонь Підприємства перейшли на роботу у час воєнного стану та працюють над стратегічним забезпеченням ЗСУ та населення питною водою	Укртелеком У співпраці з Фондом Р. Ахметова у низці міст організовано приміщення для понад 200 осіб – у них живуть евакуйовані співробітники із сім'ями	Biopharma Безоплатно передали препарати на суму 50 млн грн. національній системі охорони здоров'я	Poster Відмовилися надавати послуги для територій рф та білорусі
Дніпропетровськ-газ Передали 13 власних автомобілів та 2,5 тис. л пального для перевезення поранених та для потреб ТРО	Київстар Перерахували до благодійних фондів 33 млн грн., надали або-нентам підтримку бонусами і безкоштовними послугами зв'язку на суму понад 420 млн грн.	Київстар На початку повномасштабного вторгнення зробили доступними дзвінки всім абонентам без оплаченого пакета послуг за їх тарифом	Овостар Юніон Співпраця з місцевими військовими комісаріатами, територіальними громадами для забезпечення населення продуктами харчування	Укрзалізниця Запустили евакуаційні рейси, додаткові потяги зі східних областей та м. Києва на захід. Відкрили вокзали та зали очікування як укриття, які забезпечені їжею та водою	Asters Пошук та купівля ліків та медичного обладнання на суму 2 млн грн., логістика доставки, допомога медичних закладам	Jooble Сайт з пошуку роботи припинив діяльність у російському та білоруському сегментах
ЕСКА Капітал Передали одне авто волонтерам м. Київ для доставлення гуманітарної допомоги ТРО. Сума допомоги – 1 млн грн.	Метінвест Перерахувано 500 тис. дол. США до цільового благодійного фонду на закупівлю захисної амуніції й аптечок для ТРО м. Запоріжжя	BetterMe Стартап призупинив основну діяльність та перенаправив сили на інформаційну війну проти рф та підтримку ментального здоров'я українців. В застосунок додали розділ із руханкою для дітей з матеріалами МОНУ	МХП У м. Київ безкоштовно роздали понад 4 тис. т м'яса «Наша ряба» та інших продуктів на суму понад 200 млн грн.	applame Евакуювали усіх бажаних співробітників з сім'ями та поселили у готелі в одній локації в Україні. Організували онлайн тренування для команди, надали психологічну підтримку та компенсацію витрат консультацій з психологами	Interpipe Придбано 7 сучасних броньованих машин «швидкої» для порятунку поранених військових і цивільних у гарячих точках	Parimatch Tech Відкликано франшизу на використання бренду Parimatch в рф через військову агресію

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
Енергоатом Профспілка перерахувала 150 тис. грн. до БФ «Повернися живим». Надала ЗСУ та мешканцям постраждалих регіонів допомогу понад 120 млн грн.	РГК Організація передачі гуманітарної допомоги від польської компанії Elektrometal Polska до м. Чернігов	Терра Фуд Запустили таргетовану рекламу та email-розсилки на рф і білорусь	Приватбанк 10 тис. українських сімей отримали продуктові набори, які Help Ukraine Center закупили завдяки спільному благодійному збору із ПриватБанком	УНІКА Україна Профінансувала створення хабу на 50 койко-місць для ВПО в передмісті м. Вінниця. Хаб, обладнаний усім необхідним для тимчасового перебування людей, гарячою їжею	CodeIT Надання допомоги лікарням ліками й медичними інструментами	SHERP Відмовились від виробництва всюдиходів на заводі в рф
Дніпропетровськ-газ Спецтранспорт рив траншеї, а працівники наповнювали мішки з піском для захисних споруджень	Метінвест В пунктах приймання гуманітарної допомоги зібрано 1260 кг найнеобхідніших речей	Ajax System Розробили застосунок для повітряної тривоги	Метінвест Відправили понад 8000 продуктивних наборів від Фонд Ріната Ахметова до м. Харків	Фокстрот Облаштовано 3 «готелі» для понад 70 ВПО у м. Львів, Луцьк та Ужгород	Interpipe Надіслано необхідні медикаменти та витратні матеріали до 39 лікарень у 15 містах України	Netpeak Group Всі компанії групи перестали працювати з клієнтами з рф та білорусі
ТОВ «Епіцентр К» Створив у м. Київ Гуманітарний штаб із забезпечення потреб військових, ТРО та мирних мешканців, куди щоденно надходять десятки тонн вантажу	Прикарпаттяобленерго Логістика гуманітарної допомоги з м. Івано-Франківськ в інші міста України	INTERTOP Долучилися до інформаційної війни	Нова пошта Приєдналися до проєкту із безкоштовної доставки продуктивних наборів від Фундація Дім Рональда МакДональда для родин, які постраждали від війни	Asters Підтримка на суму 2 млн грн. біженців та ВПО: транспортування й евакуація по території України, тимчасове поселення, допомога у перетині кордону, інформаційна підтримка	Interpipe Міністерству оборони та Міністерству охорони здоров'я передали понад 50,5 тис. трикомпонентних тактичних аптечок для військових	
Західний Буг Збирає ресори для виготовлення пластин для бронезилетів	ГК «Прометей» Планує допомагати м. Миколаїв з повоєнним відновленням	DataArt Запущено лінію підтримки DataArt Helpline	ТАС Агро Допомагає ТРО, ЗСУ, сільським лікарням, амбулаторіям, ФАПам і ВПО. Організовано пересувні пункти безкоштовної видачі молока усім, хто цього потребує	Balbek Bureau Створила проєкт тимчасового житла для ВПО	KSG Agro Доставлено в Україну гуманітарний медичний вантаж вагою 3 т ортопедичного обладнання та ліків з Німеччини	

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
Івано-Франківськгаз Закупив понад 10 т пального, продуктів та речей першої необхідності для ЗСУ	МХП Передано 8,3 тис. т благодійної продукції на суму 470 млн грн. у регіони проведення бойових дій	Depositphotos Створили проєкт KeepGoing, завдяки якому власники малого бізнесу та люди творчих професій можуть розповісти про свій досвід підприємництва під час війни, подати заявку на грошову та інформаційну допомогу	Терра Фуд Передали 14 т продуктів підрозділам ТРО, прихисткам для ВПО, лікарні Охматдит	DataArt Надають фінансову допомогу тим, хто хоче переїхати в інші міста, за кордон (витрати на проїзд, житло, таксі, оренду авто, пальне). Всі українські офіси готові прийняти ВПО. Працюють офіси в Грузії, Вірменії, Польщі, Болгарії. Є можливість працювати віддалено з офісу в Латинській Америці	KSG Agro Доставлено в Україну та відправлено в шпиталі та лікарні м. Дніпро, Кривий Ріг, Миколаїв перев'язочний матеріал, апарати зовнішньої фіксації різних модифікацій, візки, милиці, ортопедичні набори тощо	
Кернел Закупили тепловізори для мобілізованих співробітників на суму 750 тис. євро. Налагодили виробництво бронезилових, надсилають автівки з Європи та техніку «Кернел» для передових частин ЗСУ	Сільпо Спільно з Мінсоцполітики України та БФ «Київська школа економіки» у торгових мережах групи компаній Fozzy Group налагодили видачу гуманітарної допомоги українцям	Genesis Участь в інформаційній війні проти РФ, блокування російські сайти, що поширюють фейки. Трансляція закликів допомогти та підтримати Україну на багатомільйонну аудиторію користувачів продуктів Genesis у всьому світі	Asters Надання продуктів та гуманітарної допомоги (ЗСУ, ТРО, цивільним): пошук фінансування, логістика, робота з організаціями, бюджет 2 млн грн.	Comfy У центральному офісі Comfy відкрили кухню, яка готує їжу для лікарень та біженців	Socar Разом із БФ «Твоя опора» розпочали Благодійний проєкт «HELP UKRAINE! NO WAR!» зі збору коштів для закупки медикаментів постраждалим від військових дій в Україні. Зібрали понад 200 тис. грн.	
Книгарня Є Перерахувала на потреби ЗСУ 4 млн грн.	Нова Пошта Запустили міжнародну доставку гуманітарних вантажів для допомоги Україні	EVO Онлайн-сервіс замовлення послуг Kaban-chik.ua доповнено категоріями для волонтерської допомоги, де українці	Укрпромінвест-Агро Започаткувала масштабну програму співпраці із сільгоспвиробниками для вирощування та переробки цукристих	CodeIT Облаштували сховище в перший день війни. Евакуація людей з небезпечних районів – в перші тижні допомогли понад 100	WOG В WOG CAFE в поїздах Інтерсіті та Інтерсіті+ з будь-якого гарячого напою 2 грн. перераховано у БФ «Твоя опора» на	

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
		можуть отримати необхідну допомогу чи допомогти іншим	«Цукровий буряк — вибір розумних»	сім'ям	лікування дітей, які стали жертвами війни в Україні	
Київська школа економіки (KSE) Закуплено 35,4 тис. аптек, 25 тис. джгутів, 6350 бронжилетів, 5140 шоломів, 3 тис. плит для плитоносок місцевого виробництва	Укртелеком Від початку війни не відключають абонентів, які не змогли вчасно заплатити, надають послуги у кредит	Genesis Відкрито безкоштовний доступ до курсів для українців	Harveast Holding Надав м. Маріуполь 150 т борошна	GigaCloud Партнер соціального проєкту БФ «Родина-Україна» з оздоровлення дітей військовослужбовців, дітей, що втралили батьків внаслідок війни та дітей, які проживали на територіях, де велися бойові дії	SoftServe В офісах навчають як надавати домедичну допомогу та вберегти життя	
ЛУН разом з Readdle, Reface, Techiiia, Київстар, Tumblr, WISE, Pragmatech, Projector, Vimeo заснували фонд допомоги захисникам КОЛО, завдяки чому зібрали 16,5 млн грн.	Нафтогаз Запустили грантовий проєкт «Україна Майбутнього» для допомоги школам, що постраждали від війни та окупації	Intellias SMM-команда допомагає поширювати правду про війну серед росіян і білорусів	Chernovetskyi Investment Group Пожертвувала 1,6 млн грн. на закупівлю продуктів для ЗСУ	EVO Допомога з евакуацією працівників	Watsons Відправлено ліки в медичний центр «100% життя», який працює як військовий госпіталь, та передали медикаменти в м. Буча	
Група компаній «Молочний альянс» Надають продукцію для ЗСУ, яку волонтери доставляють на передову, відділам ТРО та соціальній сфері	Укрзалізниця Запустили сервіс логістики гуманітарної допомоги – приймає гуманітарні вантажі для подальшої пересилки залізницею у м. Київ, Харків, Дніпро, Запоріжжя та Одесу. Перевозить автомобілі з м. Києва, Харків та Дніпро до м. Львів	Intellias На запит Міністерства оборони України розробляється трекінгова система логістики для оборонного вантажу, ліків, харчових продуктів, одягу тощо, які накопичуються на кордоні	CodeIT Підтримка волонтерських кухонь – досягли максимуму у понад 5 тис. порцій гарячого харчування на день	Interpipe На території підприємств у м. Дніпро, Новомосковськ та Нікополь облаштували 18 тимчасових укриттів, де укривається понад 8500 осіб		

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
Овостар Юніон Співпраця з волонтерами, які забезпечують постачання продуктів ЗСУ	Укрзалізниця Відкрили склад у м. Львів для збору та відправки гуманітарної допомоги	Jooble Створили сервіс, який допоможе українцям знайти роботу в Польщі, Угорщині, Словаччині та інших країнах	Ukrlandfarming Молочні підприємства холдингу надавали населенню безкоштовне молоко	Netpeak Group За 2 тижні війни переселено понад 130 цивільних з м. Харків, Київ, Одеса, забезпечено їх житлом		
Рівнегаз Розпочали виробництво ліжок для військової частини, пошиття матраців та подушок	Окко Безкоштовно годує захисників України, що несуть службу в гарячих точках. Виділила 220 тис. л пального для потреб відновлення інфраструктури м. Чернігів, Ірпінь, Гостомель, Буча, Ворзель, Бородянка вартістю понад 50 млн грн.	Jooble Створили на російській версії сайту ru.jooble.org лендинг з інформацією про вплив санкцій та втрати військових рф (сторінку відвідали понад 1,5 млн разів)	Ukrlandfarming Підприємства холдингу (ТОВ «Агро-Край», ТОВ «Райз-Схід», ТОВ «Райз-Північ», ТОВ «Райз-Полісся» та ТОВ «Поділля Агропродукт») направляють посилену продуктову допомогу ЗСУ			
Метінвест Направили 300 млн грн. на закупівлю бронежилетів, касок, аптечок для ТРО. Виготовили та передали біля 40 тис. протитанкових їжаків, а також понад 10 тис. шипованих ланцюгів проти колісної техніки та протидесантних їжаків	ПУМБ Підтримка працівників, хто опинився в небезпеці чи в скрутному становищі через втрату житла, сплачено понад 5 млн грн. матеріальної допомоги. Зберігає посади та зарплати мобілізованим колегам. Допомагає співробітникам-волонтерам	Prozorro Запустили платформу для швидкого пошуку гуманітарних товарів. Prozorro+ працює як маркетплейс, де компанії, які готові постачати державі необхідні товари, публікують свої пропозиції, а державні та місцеві органи влади озвучують власні потреби	KSG Agro Надає продуктові набори соціально незахищеним верствам населення, а також сім'ям військових. Відправлено 10 т свинини на потреби ЗСУ та до лікарень і шпиталів			

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
Приватбанк Запроваджено зручний сервіс для допомоги ЗСУ	Укрзалізниця Перевозить автомобілі з м. Києва, Харків та Дніпр до м. Львів	Netpeak Group Агентство Netpeak запустило ініціативу How are you?, у межах якої допоможуть українському бізнесу з диджитал-маркетингом. Потім обрали 10 компаній, яким безкоштовно налаштували інтернет-просування на місяць				
Приватбанк Перераховано 11 млн грн. на проекти підвищення обороноздатності України до фонду Повернись живим	ПУМБ У партнерстві з Київською школою економіки відкрив спеціальний рахунок для гуманітарної допомоги	Netpeak Group Фахівці з цифрового маркетингу щодня поширюють актуальний стан речей в Україні в Google, YouTube, Facebook, «ВКонтакте» та інших медіа, це дає 114,1 млн переглядів на YouTube та 7,6 млн залучених користувачів у соціальних мережах				
ГК «Прометей» Надано майже 5,3 млн грн. на закупівлю гуманітарної допомоги для ЗСУ. Передано квадроцикли Polaris та кросовер Renault Duster для ЗСУ та ТРО	Amway Україна Співпрацює із Європейською Бізнес Асоціацією для надання гуманітарної допомоги лікарням, дитячим будинкам, дітям в укриттях та волонтерам	SoftServe Разом з Українською волонтерською службою запустили платформу «Паляниця.Інфо». На сайті є інформація про гуманітарну та волонтерську допомогу в більшості регіонів України				

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
Прикарпаттяобл-енерго На допомогу ЗСУ та ВПО спрямовано понад 5,5 млн грн.	Укрпошта Доставила 32 т гуманітарної допомоги з США, 10 т – з Італії, 200 т – з Грузії, 26 палет – з Польщі	Readdle Інформують на своїх сторінках як можна допомогти Україні та зупинити агресора				
Нова Пошта Передано 25 млн грн. на підтримку ЗСУ. Безкоштовно доставляють вантажі від волонтерів для ЗСУ	Фокстрот Гуманітарні перевозки здійснюються по всій Україні: від м. Львів через Міжгір'я до м. Жовті Води	StarLightMedia Дивізіон «Новини» запустив англomовний YouTube-канал Starlight News для поширення новин про Україну за кордоном				
Нова пошта у співпраці з ДСНС України почала розробку роботів-саперів для суші та водойм	УНІКА Україна Придбала облігації внутрішньої державної позики на суму 10 млн грн.	Vodafone Ukraine Відкрито доступ до майже всього контенту у Vodafone TV				
Окко Зарезерувала нафтопродуктів вартістю на 4 млн грн. для потреб ЗСУ, передала 50 тис. л пального і 2 млн грн. від клієнтів Благодійному фонду «Повернись живим»	EVO Підтримка грантами працівників, що задіяні у волонтерських проєктах та тих, хто служить в ЗСУ та ТРО	TECHNIA holding Розроблено безкоштовний додаток Blend Social, в якому люди з усього світу можуть надати постраждалим від війни в Україні продукти харчування, місце проживання, одяг, транспорт, укриття або іншу допомогу				
Укртелеком Спрямував на допомогу ЗСУ і ТРО близько 18 млн грн.	Global IT Support Збір гуманітарної та грошової допомоги для підтримки ЗСУ і ВПО	Vodafone Ukraine Інтернет-радіо надається без плати за трафік				

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
Сільпо Учасники програми лояльності можуть віддати бали на благодійність, їх передають фондові «Повернись живим»	Poster Виплатили 1,5 млн грн. фінансової допомоги фондам та місцевим волонтерським організаціям	StarLightMedia Разом з 1+1 media, InterMediaGroup, «Рада», «Медіа Група Україна» об'єдналися і запустили спільний інформаційний марафон. В ефірі трансляції з'явився QR-код з надписом «Підтримай армію», який веде на сайт БФ «Повернись живим»				
Укргазбанк Запропонував по 100 тис. руб. готівкою російським військовим, які здадуться в полон ЗСУ разом зі зброєю та технікою	CodeIT Допомога жителям м. Харків та області: підвоз ліків, продуктів та засобів гігієни ВПО, інвалідам, матерям-одиначкам	Vodafone Ukraine Послуга «Національний роумінг» дозволяє при зникненні зв'язку одного оператора підключатися до мережі іншого. Тарифікація послуг у національному роумінгу зберігається відповідно до тарифу оператора, послугами якого користується абонент				
Укртрансгаз Виготовлення спеціальних саперних кішок для ЗСУ	Genesis Спрямували понад 3 млн дол. США на допомогу економіці країни, соціальні потреби	1+1 media 1+1 video надали безплатний доступ до основних національних телеканалів «UA: Перший», «1+1», ICTV, «Інтер», «Україна», «Рада» та «УНІАН ТБ»				

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
Терра Фуд Виділено понад 300 тис. грн. адресної допомоги ЗСУ та підрозділам ТРО м. Київ	ELEKS Доставлено 350 т гуманітарної допомоги. Активну участь у формуванні та логістиці брали спеціалісти закордонних офісів	Vodafone Ukraine Послуга «Роздача інтернету на місяць» і «Роздача інтернету на день» без додаткової тарифікації під час війни. Тарифи, у яких діють послуги: Vodafone SuperNet Unlim, SuperNet Turbo 2019, Unlim 3G Plus, Unlim 3G				
ПУМБ Організував можливість швидкого переказу без комісії на підтримку ЗСУ через мобільний додаток «ПУМБ Online», web-версію онлайн-банкінгу, платіжну платформу PayHub та каси працюючих відділень. Понад 222 млн грн. перерахували українці	Big Money Club Надали гуманітарну допомогу на суму 1,5 млн грн.	Vodafone Ukraine Відкрито доступ до Vodafone TV поза межами України. Тепер безкоштовно доступні: 50+ каналів; Всеукраїнська школа онлайн (5-11 класи); дитячий садочок онлайн NUMO; аудіоказки українською; медитації (аудіо/відео); англійська мова для початківців				
ПУМБ Підтримав ЗСУ, ТРО та ДСНС на понад 65 млн грн. Передав більшість своїх броньованих машин різним спецпідрозділам ЗСУ та ТРО	Дататруп (Volia) Сплачено податків до бюджету наперед на суму 50 млн грн.	1+1 media УНІАН відкрив доступ до власного фото-банку про спротив російській агресії				

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
Фармак та Благодійний фонд родини Жебрівських підтримують ЗСУ, медичні заклади, ТРО та мирне населення. Загальний обсяг допомоги – понад 12 млн грн. з них лікарськими засобами – майже 9 млн грн.	SCM Сплачено податків до бюджету наперед на суму 1 млрд грн.	1+1 media Створено YouTube-канал «Скажи росіянам правду», на якому публікують звернення зірок до росіян				
Фармак Передано 12 млн грн. співробітниками на потреби ЗСУ	ЕСКА Капітал Сплачено податків до бюджету наперед на суму 3 млн грн.					
Фокстрот Допомога ЗСУ, рятувальникам, військовим шпиталям, силам ТРО на суму понад 7 млн грн.	Київстар Сплачено податків до бюджету наперед на суму 3 млрд грн.					
ЦУМ Київ Передали Київській ТРО теплі речі	ПУМБ Сплачено податків до бюджету наперед на суму 299 млн грн.					
Чернівцігаз Допомога ТРО та ЗСУ у вигляді техніки та ремонтних матеріалів, співробітники виробляють протитанкові їжаки	SkyUp Сформовано власний мілітаризований волонтерський батальйон «Скайбат», який об'єднав зусилля як по захисту м. Київ, так і волонтерські функції					

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
Хмельницькгаз На потреби ЗСУ виго- товили та передали мобільні засоби обіг- ріву «буржуйки», пере- сувні пункти обігріву – металеві «вагончики»	УНІКА Україна Сплачено податків до бюджету наперед на суму 44,9 млн грн.					
Охоронна компанія «Шериф» Оголошено, що за кожен знешкоджений танк виплатять 1 тис. дол. США, за іншу техніку – 500 дол. США	Interpipe Виготовили 96 протитанкових їжаків, передали близько 5 т труби у Запорізький ТЦК для виготовлення ліжок, виготовили 26 «буржуйок»					
аррflame Переказали 500 тис. грн. на потреби ЗСУ	SkyUp Загалом перевезли 112 т гуманітарного вантажу					
ConcordBank Допомога ЗСУ на суму 1 млн грн.	Yasno Мережа зарядних стан- цій безкоштовно заряд- жає електромобілі під час війни. Станції працюють у дев'яти областях України					
DOU, Djinni Перераховано 5 млн грн. до БФ «Повернись живим»	WOG Передано ЗСУ та медикам більше 285 л пального					
Лінія магазинів EVA Перераховано 2,5 млн грн. до БФ «Повернись живим»	N-iX Сплачено податків до бюджету наперед на су- му понад 3,0 млн грн.					

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
Лінія магазинів EVA та фонд «Повернись живим» Запустили спільну ініціативу допомоги ЗСУ «Підтримай захисників». За місяць понад 132 тис. покупців здійснили перекази на 1,1 млн грн.	StarLightMedia Для співробітників створено внутрішній штаб, який займається збором потреб та пошуком допомоги працівникам, у т.ч. тим, хто захищає країну у підрозділах ЗСУ та ТРО					
Agricom Group Перераховано 7,5 млн грн. на допомогу ЗСУ, підрозділам ТРО, благодійним організаціям, волонтерам та ВПО	Parimatch Tech Надано допомогу Україні у розмірі 30 млн грн. для закупівлі захисного спорядження, продуктів та медикаментів					
Asters Допомога ЗСУ та ТРО: закупка тепловізорів, бронезилетів, іншої амуніції та військового обладнання на суму 11,5 млн грн.	Socar Безкоштовно заправляє автомобілі швидкої допомоги та ДСНС. Надано понад 100 тис. л пального					
Comfy Списали бонуси клієнтів на допомогу армії, перерахували 60 млн грн. на спецрахунок НБУ, передали ЗСУ та ТРО смартфони, планшети та ноутбуки на суму 5 млн грн.	Watsons Разом з благодійною організацією «Хто, якщо не ми?», надали гуманітарну допомогу дітям з інвалідністю та їхнім сім'ям					

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
BetterMe Перерахували 1 млн грн. на потреби ЗСУ	SoftServe Сплачено податків до бюджету наперед на суму 24 млн грн.					
Chernovetskyi Investment Group Придбано військових облігацій на суму 30 млн грн. Кошти підуть на ЗСУ та фінансові потреби держави під час воєнного стану	N-iX Зібрали понад 15 млн грн. для підтримки України, армії та ВПО					
Chernovetskyi Investment Group Перераховано 9,2 млн грн. у фонди «Повернись живим» і Save Ukraine, 7,7 млн грн. – на амуніцію, транспорт, одяг та обладнання для ТРО	Vodafone Ukraine Допомога українцям, які перебувають на території Австрії, Бельгії, Болгарії, Хорватії, Данії, Естонії, Фінляндії, Франції, Латвії, Литви, Швеції, Норвегії. Послуга в роумінгу «Доступний роумінг» пакет хвилин та Мб безкоштовно					
Fulcrum Запустили благодійний онлайн-аукціон, де користувачі можуть продавати або купляти різні речі, виручені від продажу кошти йдуть до БФ «Повернись живим»	Watsons Надали допомогу ТРО м. Бориспіль та м. Київ предметами особистої гігієни					

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
INTERTOP Передано ЗСУ речей на суму понад 2 млн грн. (технологічне взуття, одяг, шапки, рукавиці і шкарпетки)	Watsons Зібрали гуманітарну допомогу для населення м. Охтирка					
Computools Допомогли у придбанні позашляховика для ЗСУ, передано кошти для придбання автомобілів швидкої допомоги	1+1 media Команда фонду «Ти не один» та благодійного проекту групи «Здійсни мрію» отримали та передали 12,5 т гуманітарної допомоги українцям від іспанців					
Intellias Співробітникам, які служать в ЗСУ або ТРО надали кошти на придбання необхідного спорядження, до кінця війни їм щомісяця отримуватимуть компенсацію і за них сплачуватимуть податки	Watsons Зібрали та відправили гуманітарну допомогу до таких організацій та міст: Дніпро – дитячий інтернат; Луцьк – ТРО; Хмельницький – волонтерам; Миколаїв – волонтерам; Чортків – ТРО; Тернопіль – ТРО; Чернівці – ВПО; Вишгород – лікарні					
ELEKS Облаштовано 4 мобільні пункти управління зенітно-ракетних полків, що дозволяє значно зменшити час на прийняття рішень під час військових дій						

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
ELEKS Прийнято рішення про щомісячне спрямування 10 тис. дол. США на потреби ЗСУ: оновлено планшети для кількох підрозділів ЗСУ, закуплено квадрокоптери, мобільні комплекси спостереження						
ELEKS Закуплено і передано БФ «Повернись живим» 40 спеціальних захищених ноутбуків, які призначено для використання в бойових машинах						
Genesis Зібрали 5 млн грн. адресної допомоги, 28 млн грн. спрямували у БФ «Повернись живим»						
Interpipe Профінансовано поставку броньованих автівок, тисяч бронежилетів і шоломів, засобів зв'язку, розвідувальної техніки та іншої амуніції						

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
Intellias Передали 600 тис. грн. на придбання на фронт квадрокоптерів. Перевели в БФ «Повернись живим» 1 млн грн.						
Intellias Ініційовано збір 3 млн грн. в рамках проекту «Автомобілі для захисників» для придбання 20 пікапів та джипів для ЗСУ						
Interpipe Спрямовано понад 25 млн дол. США для допомоги ЗСУ, ТРО та гуманітарної допомоги						
Interpipe 801 співробітник слу- жить у лавах ЗСУ та ТРО, їх забезпечено необхідною амуніцією – бронежилетами, шоломами, тактичною екіпіровкою, раціями і тепловізорами						
Winner Group Ukraine Надали БФ «Повернись живим» знижку у 50% на придбання 10 поза- шляховиків для Коман- дування Сил ТРО						

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
Sombra Передано на потреби ЗСУ понад 3 млн грн. Керівництво компанії переказало вже понад \$100 000 волонтерам і фондам на потреби ЗСУ, а також вирішило виділяти \$20 000 щодня, поки йде гаряча фаза війни						
N-iX Передано 900 тис. грн. для БФ «Повернись живим». IT-компанія передала військовим комп'ютерну техніку на суму 270 тис. грн. та 630 тис. грн. на закупівлю мобільних комплексів спостереження						
N-iX Придбали 14 машин, мікроавтобусів та позашляховиків, які передали ЗСУ та для гуманітарних потреб окупованих міст						
Netpeak Group Зібрано понад 1 млн грн. для ЗСУ та ТРО, надано техніку та продовольство						

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
N-iX Закупили 20 комплектів бронезилетів і шоломів для колег в ЗСУ, передала військовим амуніцію та інші необхідні речі, передали 85 одиниць комп'ютерної техніки для ЗСУ, ТРО та українських спецслужб						
SoftServe Перераховано 5,5 млн грн. для допомоги ЗСУ та 7 млн грн. для забезпечення локальних потреб через БФ «Відкриті очі»						
StarLightMedia Передано на потреби ЗСУ та ТРО близько 500 одиниць обладнання (радіостанції, генератори, коптери та фотоапарати для зйомок хроніки)						
TECHNIA holding Виділено більше 200 млн грн. і продовжується збір кошти для потреб ЗСУ. На суму 3,27 млн дол. США закуплено необхідні речі для ЗСУ						

Продовження табл. В.1

1	2	3	4	5	6	7
Vodafone Ukraine Перераховано до БФ «Повернись живим» на допомогу ЗСУ понад 2 млн грн. завдяки обміну бонусів						

Джерело: складено автором на основі [47]

Таблиця В.2

Каталог внеску національних МСБ в боротьбу проти воєнної агресії рф в межах соціальної відповідальності бізнесу

Інформаційна допомога	Гуманітарна допомога	Допомога продуктами	Допомога армії	Медична допомога	Евакуація та розміщення	Вихід із ринку рф та білорусі
1	2	3	4	5	6	7
Крафтова пивоварня «Дідько» Створили арт-проект «Новий дизайн росій- ського крафтового пива». На банках розмістили фото війни з назвами пива: «Вбивство цивільних», «Руїни руського міра», «Де мої батьки?»	Агентство «Мозгі» Створено штаб «Київська полуниця», де разом з партнерами збирають допомогу для військових, лікарень та цивільних у м. Київ та розвозять по місту	Волошкове поле Відправили понад 10 т молока для забезпечення ВПО та ТРО в м. Черкаси. Жителям м. Черкаси безкоштовно видають пастеризоване молоко	Майстерня свічок «Просто Миколка» Оголошено збір 100 тис. грн. на підтримку ЗСУ. Планують продати 100 коробок з нової колекції, а зароблені кошти передати до БФ «Повернись живим»	Салон оптики «Сова» Військовим надаються безкоштовно окуляри, контактні лінзи та розчини. Партнери оптики клініка «Центр Ока» безплатно обстежують та проводять операції військовим	ВМК-Україна Виготовлення ліжок для потреб ВПО на волонтерських засадах	Cityhost.ua Український хостинг- провайдер і реєстратор доменів заблокував усіх російських користувачів сервісу
НК Богдан Виклали у вільний доступ підручники та аудіододатки	ЕССІТІ Україна Разом з METRO Cash & Carry Ukraine передали засоби осо- бистої гігієни та прос- тирадла для лежачих хворих Товариству Червоного Хреста України	Ресторан «Здибанка» (м. Суми) Готують їжу для сумської ТРО	Планета Кіно Переказали на спеціальний рахунок ЗСУ 5 млн грн. та до БФ «Повернись живим» 1 млн грн.	Robota.ua Переказали 5 млн грн. до Червоного Хреста України	Мережа магазинів «Економ» (м. Запоріжжя) Відкрили підвали магазинів з доступом до їжі та води в якості укриттів	Aroma Kava Вийшли з ринку білорусі

Продовження табл. В.2

1	2	3	4	5	6	7
Студія реклами та дизайну «Арт_Бро» З 2-го дня війни заснували Український невидимий фронт (ІТ армію Львова), яка реалізує інформаційну війну проти рф та білорусі	КМДШ Запустили платформу «Співдія» для об'єднання волонтерських та державних ініціатив для гуманітарної допомоги в час війни	Київхліб Надають продукцію людям, що перебували в метро в укритті. Безкоштовно роздавали людям хліб після закінчення півтори доби комендантської години	Сироварня «Чесний сир» Переказують на рахунок БФ «Повернись живим» 5% з кожного замовлення	Приватна медична клініка «Добробут» Запустили БФ «Фундація Добробут» та відкрили цільовий збір коштів на закупівлю медикаментів та ургентні операції (зібрали понад 5 млн грн.)	Українська асоціація меблевиків Організували бізнес для виготовлення ліжок з матрацами для потреб ВПО. Відправлено центрам переселенців 1850 ліжок, продукти	FRENDT Закликав не постачати сільськогосподарського обладнання і техніку в рф та білорусь. Партнери Hexagon Agriculture та FarmTRX підтримали заклик і обмежили поставки
Sasquatch Digital Зібрали армію інформаційних воїнів та створюють рекламні кампанії, що запускають на росіян, поширюють відео з їх полоненими, показують правду про те, що відбувається на війні	Arvisa Близько 100 тис. грн. витратили на допомогу цивільним харків'янам: віддавали спальники, закупували та розвозили їжу та ліки, доглядали за тваринами, яких люди залишили у місті	Фермерське молочне господарство «Юпітер» Переорієнтувалося на випікання хліба і забезпечує свою громаду молоком і випічкою у воєнний час	Arvisa Здійснюють пошив утеплених спальних мішків для ЗСУ – безкоштовно та під замовлення. Загалом з початку війни забезпечили ЗСУ товарами на суму близько 300 тис. грн.	ТОВ А1 Консалтинг Виділено 100 тис. грн. для благодійного збору КНП «Хмельницький обласний центр служби крові», проведено інформаційну компанію про потребу центру в медичному обладнанні вартістю 1,5 млн грн.	Компанія пасажирських перевезень «Шалена Черепаха» Безкоштовно довозять до польського кордону українських біженців	ENESTECH Software Припинили всі рекламні контракти із російськими брендами та перестали надавати послуги комп'ютерним клубам у рф та білорусі
ТОВ Меклі Безкоштовна психологічна підтримка для населення і всіх постраждалих від агресії рф	Українська асоціація меблевиків Розгорнули в Рівненському районі гуманітарний логістичний центр	Кременчуцький хлібокомбінат Збільшили обсяги виробництва, забезпечують населення, тероборону, ЗСУ та ВПО	Cult Naked (бренд одягу) Надали допомогу ЗСУ на суму 100 тис. грн.	Студія реклами та дизайну «Арт_Бро» Закіпівля та пакуванням військових аптек для ЗСУ	Українська асоціація меблевиків Зроблено замовлення українських виробників 10000 матраців для ВПО	Serpstat Припинили ділові відносини з користувачами, партнерами і бізнесами з рф
Креативна агенція ANGRY Запустили проєкт, аби підтримати бойових дух українців	Saga Development Надали право тимчасово призупинити виплати по розстрочкам на купівлю нерухомості	ТОВ «Індичка» В м. Сумах безкоштовно роздають м'ясо птиці. Забезпечують місцеві магазини м'ясом	Холдинг емоцій !FEST Фонд вільних та небайдужих зібрав 3.5 млн грн. для потреб ЗСУ	Doctor Online Безкоштовні консультації українців з лікарями	Студія реклами та дизайну «Арт_Бро» Організовано два прихистки для ВПО у власних квартирах	Delfast Припинено роботу з клієнтами та постачальниками з рф

Продовження табл. В.2

1	2	3	4	5	6	7
Ранок Зробили безкоштовним завантаження методичного матеріалу для вчителів, підручників та робочих зошитів для 1-11 класів	Scowth (бренд одягу) Безкоштовно роздають чоловічу та жіночу білизну, шкарпетки, футболки, кофти для потреб ТРО, ЗСУ або волонтерів	Ресторан «Паляниця» Відкрито безкоштовний ресторан для пенсіонерів	Awesomic Надали допомогу ЗСУ на суму 1 млн грн.	Медичний сервіс Helsi Запустили безкоштовні консультації з лікарями за допомогою відео зв'язку на час війни	Arzinger Допомогли співробітникам та їхнім родинам з евакуацією та розміщенням (в межах України та за кордоном), виплатили зарплату наперед	Logaster Усі продажі, партнерські нарахування та виплати і підтримка клієнтів і партнерів з рф та білорусі зупинені
Видавництво «Фоліо» Надано можливість завантажити будь-які електронні книги за 1 грн. із промокодом «Book». Гроші підуть на благодійність	Херсонський салон штор «Ампір» Шиють футболки, шорти, одноразові сорочки для поранених військових, які перебувають у лікарнях	Українська асоціація меблевиків Закуповують продукти харчування у місцевих виробників (хліб, макаронні вироби, ковбаси, овочі, молочна продукція)	КМДШ Допомога ЗСУ від плетіння сіток до закупівлі ліків та продуктів харчування	Приватна медична клініка «Добробут» Роблять безкоштовні операції для поранених військових, закуповують медикаменти, надають безкоштовні психологічні консультації та консультації лікарів	КМДШ Три школи прийняли у своїх сховищах понад 100 працівників, учнів та їх сімей. А члени команди у м. Львів та їх родини прихистили у своїх домівках приїжджих	GSC Game World Перестали продавати продукцію російським користувачам. Фізичні видання гри не надходять у магазини в рф, а вже оформленні замовлення скасовані
Метео Фарм Погодний сервіс Метео Фарм був безкоштовним до кінця 2022 р.	Студія реклами та дизайну «Арт_Бро» Пошук допомоги за кордоном. Організовано понад 35 машин з гуманітарною допомогою в м. Охтирка, Буча, Полтава, Запоріжжя	Ресторани Сави Лібкіна Готують і розвозять їжу на блокпости та у військові частини, а також доставлять інші необхідні речі по м. Одеса з волонтерами	ТОВ А1 Консалтинг На зібрані та додані власні кошти куплено два ноутбуки та шість планшетів для ЗСУ на загальну суму 110 тис. грн.	Клініка ISIDA Надає екстрену акушерсько-гінекологічну допомогу 24/7. Проводить онлайн-консультації акушера-гінеколога, терапевта, неонатолога та психолога безкоштовно	GeoComply Співробітникам-ВПО оплачується проживання на домовлений термін, надається медичне обслуговування, психологічна допомога	MEGOGO Видалено з сервісу всі російські фільми
Robota.ua Запустили бот для швидкого пошуку вакансій в Україні й за кордоном	Студія реклами та дизайну «Арт_Бро» Роблять безкоштовні макети для благодійних організацій, з якими працюють	МК-Добробут (Чернігівська обл.) Безкоштовно роздавали по лотку яєць на родину	Холдинг емоцій !FEST Один з проєктів холдингу пивоварня «Правда» робив коктейлі «Правда Молотов»	McClee Надають психологічну допомогу безкоштовно всім, хто постраждав від агресії рф	Getmancar Надають безкоштовні тарифи каршерінгу для евакуації з м. Дніпро та Київ на західну Україну	Mr.Scrubber Розірвали співпрацю і припинили дистрибуцію продукції в білорусь

Продовження табл. В.2

1	2	3	4	5	6	7
Бізнес-школа Українського католицького університету (LvBS) Разом з експертами з різних галузей запустили платформу для підтримки МСБ	Delfast 5% прибутку перераховуються українським благодійним організаціям	Мікс Март Запустили волонтерську програму «Мікс Март Поміч»: постачання їжі для військових та цивільних людей по м. Київ, які не можуть дістатися до магазинів	ТОВ А1 Консалтинг Закупили для ЗСУ зарядні станції та сонячні батареї на суму 70 тис. грн.	Ledum Постачають до Служби крові контейнерів полімерних для донорів, холодильників, морозильників та іншого обладнання	Linkos Group Облаштували в підвалі свого офісу сховище для мешканців Святошинського району м. Києва	Ninja Sushi Припинили роботу в рф
Студія реклами та дизайну «Арт_Бро» Організовано закритий чат волонтерів «Курс молодого волонтера» де проводяться систематичні навчання для волонтерів з розвитку їх навичок	Студія реклами та дизайну «Арт_Бро» Обладнали у Львівській області аудиторії для навчання офіцерів проекторами та екранами друкували безкоштовно інформаційну продукцію для навчання офіцерів	ЕССІТІ Україна Мережа ресторанів «Євразія» Готують комплексні обіди для ТРО, військового шпиталю та лікарні «Охматдит». У м. Київ працюють 19 ресторанів мережі «Євразія» і щодня в одному з них готують у середньому 1 тис. порцій	Arzinger Постачають захисникам гуманітарну допомогу, закупають амуніцію за кордоном та організовують її доставку, знаходять та доставляють тактичний одяг, тепловізори, приціли та автомобілі	Ledum Безкоштовно передано два морозильники для плазми до Дніпропетровської обласної станції переливання крові та до Міської клінічної лікарні №4 м. Дніпра	SimCorp За тиждень до початку війни запропонували тим, хто бажав, переїхати на захід України, у Польщу, Угорщину, Румунію чи Молдову. Взяли на себе витрати на транспорт та проживання. Співробітники з інших офісів долучилися до допомоги	Terrasoft Ukraine Розриває співпрацю з клієнтами та партнерами з рф та білоруссю
disBalancer Здійснюють хакерські атаки на стратегічно важливі російські організації (російські державні сайти з новинами, банки тощо)	ТРЦ Dream Town Орендарі, крім супермаркетів та аптек, звільнені від орендної плати та плати за утримання. Перераховану вартість оренди спрямують на підтримку ЗСУ	Холдинг емоцій !FEST Військові, ТРО, поліція, нацгвардія можуть безкоштовно випити у закладах кави та чаю	Dodo Socks Проведено благодійний аукціон «Невидане», на якому зібрано понад 407 тис. грн., їх передали до БФ «Повернись живим»	KvaSOLya В центрі надаються послуги з частковою оплатою з масажу та реабілітації після травм, йоги, айкідо та пол денсу	TripMyDream Надають допомогу українцям 24/7: збір і надання актуальної інформації від волонтерів в Україні, розкладу поїздів, як ВПО знайти житло, роботу, їжу та медикаменти, як перетнути кордон та облаштуватись тощо	Yakaboo Зупинили співробітництво з будь-якими російськими компаніями, видавництвами тощо. Вилучаються видання рф з сайту

1	2	3	4	5	6	7
Медична школа SIM Разом із провідними лікарями України готує важливий медичний контент для людей в умовах війни	Arzinger Для ТРО м. Київ передали ноутбуки, рації, смартфони, SIP-телефони, світчі, роутери, мережевий кабель та продукти харчування	Мережа «Тростянецькі ковбаси» (Волинь) Знизили ціни на м'ясо та доставка товарів здійснюється щоденно	Dodo Socks Онлайн-магазин запустив перепродаж нової колекції шкарпеток «До перемоги!». Гроші, отримані з продажу передано на потреби ЗСУ	3D_techgroup Друк пластикових деталей для ЗСУ (для кровоспинних джгутів)	Terrasoft Ukraine Здійснили релокейт співробітників з м. Київ до Західної України та за кордон	TripMyDream Відключили можливість пошуку авіаквитків з/в рф
Arzinger Надають безкоштовні послуги благодійним організаціям, а також консультують Міністерство інфраструктури, проектні офіси міністерства SPILNO та RST, Укрзалізницю та Адміністрацію морських портів України	FEODAL.online Створили сервіс, який пришвидшить процес розмінування полів для аграріїв. Проект запущений під егідою Міністерства аграрної політики і продовольства України у співпраці з ДСНС і ЗСУ	Ресторан Egersund Seafood Забезпечували гарячою їжею лікарні і ЗСУ, співробітники працювали безкоштовно у змінах по 12 год.	Fratelli Ristorante Odessa Направили 15 млн грн. до БФ «Повернись живим», на рахунки ТРО м. Одеса та фонду «Корпорація монстрів»	Piel Cosmetics Передав медичним закладам та військовим більше ніж 4000 антисептиків	VARUS Створено проект «Дитинство без війни», метою якого є організація евакуації до Туреччини дітей-сиріт, дітей з інвалідністю, осіб, що їх супроводжують, опікунів, піклувальників та їх власних дітей. Мета – вивезти в безпечне місце 3 тис. малюків	VistaCreate (Crello) Зупинили весь бізнес у рф та білорусі
CyberBionic Systematics Надано безкоштовний доступ до курсів С# і HTML5, CSS3	KAN Development Надали право тимчасово призупинити виплати по розстрочкам на купівлю нерухомості	Мережа ресторанів Gastrofamily Розвозять обіди для Охматдита та Олександрівської лікарні, передають бургери військовим	Leo Beauty Club Частина коштів, що надходять на польські рахунки від продажу послуг, перераховуються на потреби ЗСУ	VESNA Виготовляють фронтіві набори для військових. Передали на фронт понад 300 загоювальних мазей та кремів для рук		
Arzinger Долучилися до «інформаційного війська»	Arzinger Фінансова підтримка БФ «Повернись живим», волонтерським ініціативам	ТОВ «Яна-плюс» (Чернігівська обл.) Безкоштовно роздавали по лотку яєць на родину	Innovecs Направили 500 тис. грн. на допомогу ЗСУ			

Продовження табл. В.2

1	2	3	4	5	6	7
Сервіс e-Katalog Безкоштовно розміщують пропозиції від українських інтернет-магазинів та відкрили доступ до пошуку товарів у Польщі українською мовою	Goodwine Доставляють вантажі від постачальників з різних країн, готують та відправляють готову їжу до лікарень, ТРО та ЗСУ, доставляють продукти та необхідне	Foodicine Луцька кухня нагодувала понад 16 тис. пацієнтів, приготувала 1500 порцій для Нацгвардії та ТРО, близько 1000 порцій для ВПО й 1008 – для місцевих волонтерів	La П'єц Частина працівників жертвуючи свою заробітну плату ЗСУ, надали можливість придбати віртуальну піцу вартістю від 100 грн. Відправили 200 тис. грн. до БФ «Повернись живим»			
Платформа Happy Monday Збирають вакансії для віддаленої роботи або в Європі та активно працюють на «інформаційному фронті»	FRENDT Надає РТК корекцію на безкоштовній основі на період проведення військових дій в країні	Foodicine Ковельська кухня нагодувала 8400 пацієнтів, приготувала 100 порцій для військових медиків і 442 порції для ТРО	Linkos Group Перерахували 25 млн грн. на потреби ЗСУ			
Lingvo Team Безкоштовний переклад документів на іноземні мови для перетину кордону, отримання статусу біженців тощо	Leo Beauty Club Працевлаштовують українських фахівців та допомагають в організації житла та побуту у Варшаві	FoodEx та icefood Впродовж трьох тижнів війни кухарі та волонтери готували 1,5-2 тис. обідів для київської ТРО	7sevenheaven coffee Щоденна виручка кав'ярні на пр. Червоної Калини, 56 у ЖК «Авалон» передавалася на потреби ЗСУ			
Liga Zakon Надає повний доступ до IT-платформи Liga360 для державних інституцій, судів, органів прокуратури та важливих для країни секторів на період війни	Mate academy Допомагають з працевлаштуванням та надають безкоштовні заняття з англійської мови, надають ЗСУ безкоштовний доступ до курсів	Мережа ресторанів Mafia Готують обіди для ЗСУ, закликають постачальників продуктів та бізнесменів долучитися і допомогти продуктами	Ohra Home 22 лютого команда почала перераховувати 100 грн. з кожного комплекту постільної білизни на потреби ЗСУ			

Продовження табл. В.2

1	2	3	4	5	6	7
Liki24 Запустили інтерактивну мапу аптек, що працюють в період воєнного стану	Ledum Сплачено податків до бюджету наперед на суму 2,7 млн грн.	Zeelandia Відкрито пекарню для забезпечення харчуванням блокпостів ТРО	Mate academy Спрямовано 500 тис. грн. до БФ «Повернись живим»			
GMK Center Готує та публікує цикл аналітичних матеріалів для іноземної аудиторії під назвою «Економіка під час війни», щоб привернути увагу іноземної спільноти та відповідальних осіб, що приймають рішення	Mofy.life Започатковано волонтерську ініціативу Mofy.HELPS.Mofy.HELPS. В пріоритеті були постраждалі з Маріуполя, мами з дітьми: фінансова та гуманітарна допомога, продуктові набори та ліки	Ресторан Lucky від мережі Goodwine В ресторані готували комплексні обіди для ТРО та медпрацівників	PetHouse Передали до БФ «Повернись живим» 100 тис. грн.			
Сервіс Zernotorg.ua Разом з Міністерством аграрної політики створено сайт для пошуку регіональних постачальників продуктових товарів	Monobank Відкрили 10 тис. грн. з раніше схваленого кредитного ліміта, які можна використувати в магазинах, на оплату комунальних платежів та поповнення зв'язку	Ресторан Mirali Продовжили працювати за закритими дверима та почали готувати гарячі обіди для ЗСУ та ТРО (щодня понад 400 порцій)	Takflix Разом з творцями стрічки «Зошит війни» вирішили передати 100% коштів із продажу фільму у фонд «Повернись живим»			
Postmen Організували флешмоб із закликом до світових брендів припинити роботу в рф	Piel Cosmetics Перерахували 15 тис. грн. до фонду Притули	Patio Di Fiori Безкоштовні гарячі обіди для ВПО та організація харчування Луцької ТРО	VP Team Переказали 100 тис. грн. до БФ «Повернись живим»			

Продовження табл. В.2

1	2	3	4	5	6	7
MEGOGO Зробили безкоштовними ефірні телеканали, фільми, серіали, мультфільми та аудіоказки для дітей	Odgers Berndtson Ukraine Разом з Resorcer створили благодійний проект Ally Project для підтримки українських жінок в пошуку роботи за кордоном	Смарт Ф'южн ресторан Wa.Lviv Готували обіди, які передавали волонтерським організаціям на допомогу ЗСУ, ТРО та ВПО. Обіди можна також придбати у ресторані, а кошти – ЗСУ	Slow.ly (бренд одягу) Запустили у продаж спеціальну колекцію аксесуарів, пошитих з військового одягу. Усі зароблені кошти (не менше 50 тис. грн.) перераховано на потреби ЗСУ			
Monobank Запустили англomовну версію для донейтів з інших країн і додали напис про російський корабель на свої картки	Piel Cosmetics Долучилися до зборів коштів на обладнання до військових на передовій, військових і гуманітарних зборів	UIFK-AGRO Надали 2 камази зерна для переробки на муку. Організовано кухню, яка годує локальні блокпости	Reface Розробили алгоритм, який з бази даних супутників зможе швидко виявляти місце розташування російських військ			
Oil tv Надали безплатний доступ до основних національних телеканалів «UA: Перший», «1+1», ICTV, «Інтер», «Україна», «Рада» та «УНІАН ТБ»	SQUAD Організували волонтерські групи й 24/7 координують різні напрями допомоги, моніторять потреби команд і волонтерів, що допомагають ВПО та ЗСУ	Premier FOOD Group Передали продукцію для захисників м. Києва та навколишніх регіонів (Вишгород, Ірпінь, Васильків, Вінниця)	Terrasoft Ukraine Перераховано 2 млн грн. на спеціальний рахунок НБУ для допомоги ЗСУ			
Сервіс Vkursi Zemli Запустили реєстр компаній, пов'язаних з РФ та Білоруссю, з яким можуть працювати журналісти, підприємці	MobiDev Підтримали та реалізували ідею однієї з колег – онлайн-сервіс «Допомога поруч»	Ninja Sushi Регулярно передають продукти, які розподіляють їх між районами м. Київ	Veterano Brownie 10 грн. від вартості кожної пачки проданої зернової кави перераховують до БФ «Повернись живим»			

Продовження табл. В.2

1	2	3	4	5	6	7
SWEET.TV Допоможуть авто- рам охопити більш широку аудиторію та почати заробляти на продажі власних освітніх продуктів. Для цього сервіс на- дає десятиєм проєк- там промопідт- римку, еквівалентну 5 млн грн.	Racio Організували гуманітарний штаб, гуманітарна допомога (ліки, їжа, одяг, засоби гігієни) надходить з Франції, Польщі та Італії і спрямовується далі в постраждалі регіони країни	Ресторан Whisky Corner Створили кухню для приготування страв військовим, допомогли мешканці сусідніх будинків які долучені до готування їжі. Щодня в ресторані готують 800 військових	Uptech Перерахували 1 млн грн. до БФ «Повернись живим»			
Wezom Academy Створили декілька скорочених та оптимізованих онлайн-курсів для людей, які хочуть освоїти нову професію на базовому рівні за два тижні. Курси орієнтовані на ВПО, що втратили роботу	MobiDev Зробили внесок у виготовлення трьох українських ударних БПЛА Punisher, допомогли з придбанням глушилки для дронів KVS ANTIDRON KVSG-6 та бойового дрону Reactive Drone	Premier FOOD Group Відкрито мобільні пункти видачі хот- догів Mr. Grill в метро м. Києва, організувала польові кухні для Гуманітарного штабу КМДА за підтримки місцевої влади	VARUS Перерахували до БФ «Повернись живим» фінансову допомогу в розмірі 2,5 млн грн.			
SWEET.TV Відкрили безкоштовний доступ до національних новинних каналів	MobiDev Надіслано близько 3 млн грн. на різні проєкти (збір на автівки, турнікети, рації)	Premier FOOD Group Відновили всі кон- такти з партнерсь- кими торговими точками, які до війни були street food-ом, їх передано для забезпечення регіонів	Yakaboo Спрямували 3 млн грн. на підтримку ЗСУ, БФ «Повернись живим» та на цільові програми ТПО			

Продовження табл. В.2

1	2	3	4	5	6	7
Видавництво «Vivat» Відкрито безкоштовний доступ до електронних книжок Vivat на сайті	MobiDev Співробітники самостійно організовують і закривають волонтерські збори на суму близько 7 млн грн.	VARUS Створено гуманітарний штаб, волонтери забезпечують продуктами ЗСУ, шпиталі, лікарні, бомбосховища у м. Київ та Дніпро	VITAGRO Передали автомобілі ЗСУ			
Ringostat Надають IP телефонію, що дозволяє розгортати безкоштовні гарячі лінії, обробляти велику кількість дзвінків та підключати номери різних країн	Terrasoft Ukraine Надано доступ до Creatio державним структурам для координації роботи з ВПО, обробки звернень та організації обліку ресурсів	VARUS Допомогли безпритульним тваринам – передали корм притулкам «Вірність» в Дніпрі та «Сіріус» на Київщині				
Projector Institute Разом з Мінцифри та «Дія.Бізнес» оголосили open call для локальних підприємців на безплатну реалізацію 30 креативних дизайн-проектів. Узяти участь в open call можуть МСБ, виробники крафтових продуктів (мед, олії, овочі, фрукти, сири, м'ясна продукція, випічка, трави тощо) з української сировини	Valtech Працівники компанії покривали запити постраждалих цивільних єдиним фондом компанії «ONE FUND», займалися відбудовою частково або повністю зруйнованих домівок співробітників в Чернігівській області	VITAGRO Допомагають територіальним громадам та ТРО: паливо-мастильні матеріали, техніка і продукти харчування				

Продовження табл. В.2

1	2	3	4	5	6	7
Ringostat Новим клієнтам серед українського бізнесу надають 3 тис. грн. на баланс, які можна витратити на будь-які продукти платформи	Terrasoft Ukraine З метою підтримки бізнесу в Україні пропонують особливі умови ціноутворення на продукти Creatio	VESNA Роздали продукти зі свого еко-магазину людям в Бучі				
Projector Institute Надають кар'єрну підтримку, доступ до бази вакансій, комунікацій з потенційними tech компаніями, консультації з написання резюме, проходження співбесіди тощо	Valtech Здійснено закупівлю бронешитів для ЗСУ, забезпечення потреб у дронах, приладах нічного бачення, автомобілях, супутникового інтернету та телефонах, підтримку військових госпиталів, забезпечення потреб у ліках, виконання невеликих запитів волонтерів: 1000 комплектів білизни, корм для тварин, ліки	VITAGRO Забезпечували харчовими пакетами допомоги мешканців м. Хмельницький (одинокі громадяни, які знаходяться під соціальним супроводом, багатодітні сім'ї, сім'ї загиблих в АТО і ООС та сім'ї, які виховують дітей-інвалідів)				
Reface Створили платформу, що відображає частоту сигналів повітряної тривоги в Україні в режимі реального часу – SirensToday. Мета – показати світові масштаби страждань громадян України від війни	Yakaboo Оперативно повертають кошти за скасованими замовленнями по програмі «Підтримка, щоби надати можливість переслати ці кошти на потреби ЗСУ					

Продовження табл. В.2

1	2	3	4	5	6	7
VARUS Закликала компанії відмовитися від будь-яких видів співпраці з рф	Uptech Допомагають країні в кіберпросторі та армії їжею та ліками					
Reface Запустили акцію на 200 млн користувачів, щоб ті дізналися правду про війну рф в Україні	VITAGRO Сплачено податків до бюджету наперед на суму 110 млн грн.					
Агенція діджитал-маркетингу Svitsoft Створили сайт-агрегатор www.standwithukraine.com.ua , де зібрано всі основні волонтерські організації та фонди України з метою їх просування на західну аудиторію. Сайт перекладено 9 мовами						
Агенція діджитал-маркетингу Svitsoft Кількість наданих коштів 700 тис. грн.						
Yakaboo В мобільному застосунку Yakaboo українці можуть безкоштовно читати і слухати аудіо та е-книжки						

Продовження табл. В.2

1	2	3	4	5	6	7
TripMyDream Частина співробітників приєдналися до кібервійськ і спочатку налаштовували кампанії у Facebook, YouTube та Instagram, а коли їх закрили – перейшли у VK й «Однокласники»						
Projector Institute Запустили Projector Creative & tech Foundation для навчання 5000 українських жінок новим професіям у креативних та IT-індустріях						
YouControl Запустили міжнародний інструмент RuAssets для перевірки зв'язків юридичних та фізичних осіб з російськими і білоруськими активами, щоб викрити винних в окупації України та попередити увесь світ про загрозу співпраці з бізнесом, що має зв'язки з рф чи білоруссю						

1	2	3	4	5	6	7
VistaCreate (Crello) Створили колекцію шаблонів для соцмереж, щоб люди підтримували Україну та вимагали від своїх лідерів допомогти зупинити війну						

Джерело: складено автором на основі [47]

Таблиця В.3

**Каталог внеску міжнародних компаній, що здійснюють діяльність
на території України в боротьбу проти воєнної агресії рф в межах соціальної відповідальності бізнесу**

Гуманітарна допомога	Інформаційна допомога	Вихід із ринку рф та білорусі	Евакуація та розміщення	Допомога армії	Медична допомога	Допомога продуктами
1	2	3	4	5	6	7
Агропросперіс Створено благодійний гуманітарний фонд в Україні для підтримки населення у регіонах своєї присутності. Мета фонду – безповоротна матеріальна допомога працівникам, орендодавцям та членам їх сімей на першочергові життєво важливі потреби	ОТП Банк Запроваджено на офіційному сайті банку сторінку, на якій зібрано пропозиції, що їх запровадили дочірні банки OTP Group з різних європейських країн для громадян України, вимушених покинути домівки через війну	ALFA Smart Agro Всі поставки, які були в дорозі до рф та білорусі переадресовані на порти Польщі та Румунії для подальшої поставки в Україну	Гудвеллі Україна Зібрали 13 млн грн. для ВПО, які направлені на надання гуманітарної допомоги (медикаменти, продукти харчування, засоби особистої гігієни для дітей та немовлят та інші речі), на надання психологічної допомоги ВПО	Дельта Вілмар Україна Наявні у підприємства транспорт, техніка та матеріальні ресурси передано для потреб ЗСУ та ТРО Одеської області. На підтримку ЗСУ до Нацбанку України перераховано 10 млн грн.	Байер Надано гуманітарну допомогу у формі лікарських засобів на запит МОЗУ та Національного інституту раку на суму більше ніж 31 млн. грн. (протизапальні, серцево-судинні, антигістамінні, онкологічні, діагностичні та препарати для лікування захворювань шкіри)	Дельта Вілмар Україна Відвантажено сировину для підприємств хлібобулочної та молочної промисловості з метою недопущення дефіциту товарів першої необхідності в Україні

1	2	3	4	5	6	7
Еско-Північ Передали на потреби військових, волонтерів, ТРО та укріплення обороноздатності східних областей понад 100 тис. л палива	Ahrefs Розроблений сервіс для аналізу посилань та конкурентів заблокував весь доступ з рф та білорусі	ALFA Smart Agro Зупинили все виробництво в рф та білорусі та вийшли з цих ринків	Bolt Запроваджено ініціативу, яка дозволить українцям, які їдуть на захід, скористатися автокомпанією безкоштовно	Гудвеллі Україна Направили 4 одиниці техніки (вантажівку, бензовоз і мікроавтобуси) на потреби ЗСУ	Арселорміттал Кривий ріг Спрямовано 1 млн дол. США на підтримку мешканців Кривого Рогу та закупку в лікарні обладнання та ліки	Гудвеллі Україна Допомога громадам свининою, з якої готують страви або м'ясні консерви для харчування підрозділів ТРО, ЗСУ, ВПО
Еско-Північ Сплачено податків до бюджету наперед на суму понад 3 млрд грн.	Ahrefs Закликають клієнтів допомагати фонду «Повернись живим»	BlaBlaCar Припинив розвиток бізнесу в рф	ANT У Луцьку розгорнули в своєму приміщенні табір для ВПО	Еско-Північ На допомогу ЗСУ за 100 днів війни спрямовано понад 100 млн грн.	ASBIS Enterprise З початку війни ЗСУ та ТРО передано понад 27 тис. медичних виробів та аптек	Контінентал Фармерз Груп На потреби ВПО надано понад 1 тис. т картоплі
ArcelorMittal Сплачено податків до бюджету наперед на суму понад 2,2 млрд грн.	Boosta Надають безкоштовний доступ до курсів digital-професій для тих, хто втратив роботу через війну рф проти України	Bolt Припинено діяльність у білорусі та вилучили російські продукти зі служби доставки продуктів	BlaBlaCar В Україні, Польщі, Румунії та Угорщині водії можуть пропонувати безкоштовні поїздки на BlaBlaCar та брати стільки пасажирів, скільки зможуть	ASBIS Enterprise Організували забезпечення технічних засобів: електрогенератори, понад 300 од. ноутбуків та планшетів, павербанки та модеми	Європейська медична лабораторія Сінево В деяких містах надали можливість безкоштовно здати життєво необхідні аналізи тим, хто цього потребує найбільше	Піцерія Domino's Pizza Допомагають українським військовим, ВПО, волонтерам, медикам, журналістам
Арселорміттал Кривий ріг Перерахували 1 млн дол. США на урядовий банківський рахунок	Competera Розмістили на сайті кнопку з закликом зупинити війну	Competera Відключили всіх клієнтів з рф та білорусі	Гудвеллі Україна Допомагають облаштовувати укриття, блокпости й приміщення для ВПО	BotsCrew Надано допомогу ЗСУ у розмірі 1,1 млн грн.	BASF Перерахували 1 млн євро на цільову підтримку України (Німецькому Червоному Хресту)	Піцерія Domino's Pizza Безкоштовно готують та передають нужденним усе, що є в запасах продуктів
Контінентал Фармерз Груп Передано ЗСУ взуття, термобілизну, біноклі та одяг	Cloudfresh Працюють на інформаційному фронті разом із колегами з ІТ-спільноти	EY Заявили про вихід з російського ринку	Cloudfresh Перший тиждень після вторгнення рф займалися евакуацією жінок та дітей за кордон	Dev.Pro Щодня перераховували гроші фонду «Повернись живим»	Carlsberg Ukraine Передали дитячій лікарні «Охматдит» дизельний генератор	Glovo Організовували пункт приготування їжі для ТРО та потребуючих у Дніпрі

Продовження табл. В.3

1	2	3	4	5	6	7
Еско-Північ Перераховано до державного Гуманітарного фонду понад 15 млн грн. благодійної допомоги	Corezoid Разом з Мінцифра запустили чатбот «Турботник» для допомоги переселенцям, військовим і бійцям ТРО	Carlsberg Ukraine Повністю вийшли з рф	Brainstack Організували два місця, куди могли евакуюватися працівники компанії разом із сім'ями: готель у Трускавці та офіс в Івано-Франківську, який трансформували у прихисток	ALFA Smart Agro Надали матеріальну допомогу ЗСУ на суму 7 млн грн.	Brainstack Разом з People Partner /Психологом впроваджують групові й індивідуальні формати роботи, спрямовані на нормалізацію психологічного стану працівників	Піцерія Domino's Pizza Співпрацюють з Львівськими районними адміністраціями. Роздали понад 1000 піц та 300 хлібців
Еско-Північ Створено гуманітарну групу з польським Фондом Іоланти Квасьневської «Взаєморозуміння без бар'єрів/Porozumienie bez Barier», задля допомоги українцям у Польщі	CIKLUM Надали технічну підтримку та десятки ноутбуків для тих, хто працює щодня над допомогою військовим в межах БФ «Повернися живим»	Геофарм Солюшен (Ag Leader Technology) Усі продажі продуктів, послуг і програмного забезпечення Ag Leader в рф та білорусь призупинено	Caparol Ukraine Передала лакофарбові матеріали для перефарбування бомбосховищ, військових казарм та переобладнання нежитлових приміщень для тимчасового проживання. Фірмові салони у різних містах України обладнані для ночівлі ВПО	Yalantis Перерахували до БФ «Повернися живим» 1 млн грн, а також продовжують надсилати кошти на потреби армії на спецрахунок від НБУ	Британський офтальмологічний центр Працює безкоштовно для всіх українців, які отримали поранення чи травми очей, а також мають гострі захворювання очей, потребують невідкладної допомоги	Carlsberg Ukraine Виробляють питну воду та у партнерстві з благодійними організаціями доставляють її у м. Київ, Львів та Запоріжжя. Відправлено більше 506 тис. л
Centravis Готують їжу для ЗСУ, збирають речі, допомагають безпорадним сусідам та просто незнайомим людям	Українська філія Cisco Systems Збільшили допомогу у захисті організацій в Україні від кібератак та надають українському уряду підтримку у захисті інфраструктури	Credit Agricole Призупинили свою діяльність на території рф	Coca-Cola Beverages Ukraine Співробітники працюють волонтерами: привозять напої та ліки, готують їжу, допомагають біженцям та надають соціальну підтримку в усіх регіонах України	iDeals Переказали до БФ «Повернися живим» 2 млн грн. і створив свій корпоративний фонд для регулярної допомоги ЗСУ	Coca-Cola Beverages Ukraine Надають гуманітарну підтримку (вода, продукти та обладнання) лікарням, пунктам допомоги біженцям та громадам в Україні	McDonalds Передавали продукти, які не потребують приготування: булки, донати, десерти, сир, молоко, воду, соки, помідори, скибки яблук, а ще яйця, стакани, вилки, ложки, мішалки

Продовження табл. В.3

1	2	3	4	5	6	7
BlaBlaCar У Західній Європі автобуси, що сполучають найбільші міста у 9 країнах, безкоштовні для українських біженців	Українська філія Cisco Systems Для клієнтів в Україні автоматично та безкоштовно поновили ліцензії на програмне забезпечення, послуги	Українська філія Cisco Systems Призупинили усі бізнес-операції в рф та білорусі	Carlsberg Ukraine Допомога в облаштуванні житла у місті для ВПО та забезпечували українцям доступ до води та інших речей	Caparol Ukraine Співробітники вступили до ЗСУ та ТРО по всій країні, волонтерських організацій	Carlsberg Ukraine Разом з Червоним Хрестом створила фонд для пожертвувань від співробітників Групи. Зібрано понад 70 тис. євро	KFC Відкрили свої кухні для приготування їжі для українських військових та лікарень
Caparol Ukraine Передали мішки з сухими будівельними сумішами для укріплення блоків-постів	Cloudfresh Разом із Asana , пропонують безкоштовні бізнес-ліцензії для управління проєктами та задачами, пов'язаними з гуманітарними програмами та підтримкою ЗСУ	Grammarly Заблокували доступ в рф та білорусі	Codebridge Організували евакуацію та розселення у готелі в одній з локацій в Україні. Зберегли всі робочі місця та виплати зарплати	GlobalLogic Перераховано 1 млн грн. БФ «Повернись живим», для підтримки українських військових	Luxoft Виділили 10 млн грн. на потреби гуманітарної організації Червоний Хрест в Україні	McDonalds Надавали їжу представникам місцевих влад, які забирають продукцію і розподіляють туди, де її потребують найбільше
Bolt Направили 5 млн євро на підтримку України	Grammarly Інформують користувачів, які пишуть про війну, про ресурси для підтримки України	GitLab Припинив працювати з російським та білоруськими ринками	EPAM Systems Відкрито новий офіс на Закарпатті, який розрахований понад 50 робочих місць	DF Group Перерахували 100 млн грн. на спецрахунок НБУ для допомоги ЗСУ	Клініка Dimedic Зробили безкоштовні консультації з докторами в Doctor online	PepsiCo Ukraine Надано більше 5 т молочної продукції та засоби особистої гігієни для українців
Bolt Food Запроваджено волонтерську програму «Герої доставки», до якої приєдналися понад 300 кур'єрів та ресторанів, готових безкоштовно надавати та доставляти необхідні речі людям, що потребують допомоги	Cloudfresh Разом із Zendesk пропонують українським неурядовим організаціям безкоштовне програмне забезпечення для підтримки клієнтів через будь-які канали повідомлень (месенджери, телефон, e-mail, чати на веб-сайтах)	Decathlon Призупинили роботу магазинів в рф	Coca-Cola Beverages Ukraine Разом з партнерами надали понад 3 млн дол. США у вигляді фінансової допомоги та продукції, щоб підтримати зусилля руху Червоного Хреста в Україні та країнах-сусідах, які приймають біженців	Deloitte Партнери та співробітники українського офісу зібрали та перерахували на допомогу ЗСУ понад 1,5 млн грн.	Credit Agricole За підтримки благодійного фонду «Твоя опора» спрямували 500 тис. грн. на допомогу пораненим військовим та цивільним	

Продовження табл. В.3

1	2	3	4	5	6	7
Carlsberg Ukraine Разом з Carlsberg Foundation та Tuborg Foundation перерахували 75 млн данських крон на допомогу Україні	MacPaw Розробили застосунок для щоденних чекінів спеціалістів команди у воєнний час – Together App	Luxoft Заявили про вихід із російського ринку	Playrix Для співробітників створили цілодобові лінії підтримки, надають матеріальну допомогу, допомагають з переїздом	EPAM Systems Надали технічну підтримку для БФ «Повернися живим» – десятки ноутбуків для тих, хто щодня допомагає військовим	Gazki Ukraine Організують доставку дефіцитних ліків приватним особам та оптову партію до лікарні м. Нікополь із закордону	
Grid Dynamics Group Надає місцеву гуманітарну допомогу в різних регіонах країни	iLogos Game Studios Працюють над волонтерським ігровим проектом для підтримки бойового духу українців	EPAM Systems Припинили наймати співробітників до білоруського офісу	EPAM Systems В офісі обладнали прихисток до 40 місць для спеціалістів EPAM та їхніх сімей, які були вимушені покинути свої домівки	Evoplay За всіма співробітниками, що вступили до лав ЗСУ, зберігається робоче місце та зарплата	Lifecell Нараховують військовим та медикам 10 тис. хв. для дзвінків на всі номери по Україні, безкоштовні дзвінки на номери в Україні та закордоном	
Looksery Направили 1 млн дол. США допомоги Червоному хресту, UNICEF Україна, People in Need та Direct Relief	Deloitte Проводить серію безкоштовних корисних зустрічей з експертами, що допомагають населенню адаптуватися під час війни	YouTeam Припинили будь-яку співпрацю з російськими та білоруськими постачальниками послуг	EPAM Systems В офісах компанії у Львові, Івано-Франківську та Чернівцях створили пункти, де приймали співробітників з родичами з усієї країни	Ferrexpo Передали понад 70 автомобілів різного класу на загальну суму понад 3,5 млн. дол. США для ЗСУ та ТРО	iLogos Game Studios Працює програма підтримки «Розумію». Кожен член команди може отримати безоплатну консультацію психолога	
Credit Agricole Сплачено податків до бюджету наперед на суму понад 100 млн грн.	MacPaw Створили додаток, що визначає російські програми й сервіси на смартфонах та комп'ютерах	Trimble Agricultura Припинили продаж продукції та послуг у рф та білорусі	Pingle Game Studio Відкрили офіс у м. Львів, куди перевезли своїх співробітників	KitRUM Відправили 15 тис. дол. США БФ «Повернись живим»	iLogos Game Studios Започатковано волонтерські ініціативи допомоги лікарням і пологовим будинкам	
Grammarly Передали 5 млн дол. США Україні	MacPaw Створили шорткат для iPhone, який дозволяє зберігати заряд батареї пристрою	Credit Agricole Вийшли з ринку рф	Uklon Запустили евакуаційні міжміські перевезення по Україні	Evoplay Загальна підтримка ЗСУ перевищила 50 млн грн.	KitRUM Допомагають лікарням і військовим продукцією та обладнанням	

Продовження табл. В.3

1	2	3	4	5	6	7
Decathlon Підрозділ солідарності, що базується в Польщі, централізує пожертвування місцевим неурядовим організаціям (обладнання і товари першої необхідності на суму 2,6 млн євро), також створено фонд солідарності з 1 млн євро для підтримки постраждалих українців через війну рф	Deloitte Проводять серію відкритих безкоштовних вебінарів для бізнесу «5 O'clock COCKTAIL with Deloitte», що є циклом безкоштовних вебінарів за участі відомих економістів, управлінців та підприємців на тему: «Що і як ми можемо зробити для перемоги України?»	Folderly Призупинили роботу з клієнтами з рф та білорусі	EPAM Systems Волонтери координували співробітників на залізничних вокзалах Києва, Харкова, Вінниці та Дніпра, допомагали з розселенням у Західній Україні та організовували перевезення до кордонів з Польщею	Glovo Дохід з усіх замовлень на території м. Львів, Дрогобич, Чернівці, Ужгород і Трускавець передавали ЗСУ	L'Oréal Україна Пожертвували 300 тис. косметичних засобів для базової гігієни (шампуні, гелі для душу та гоління, дезодоранти, засоби для догляду за шкірою) у пологові будинки, лікарні та територіальні центри м. Києва. Надають фінансову та психологічну підтримку співробітникам	
Deloitte Перерахували 100 тис. дол. США з коштів компанії для гуманітарної підтримки України	Folderly Участь у запуску міжнародного проєкту Stopwarukraine, який призначений для акумулювання важливих новин про війну, корисні посилення та контакти перевірених фондів	iLogos Game Studios Призупинили деякі контракти, наприклад, з однією зі студій Playrix у рф	Evoplay Відкривають великі офіси в європейських столицях та вирішують питання, пов'язані з релокацією співробітників, евакуацією, організацією робочої інфраструктури у Львові та Європі	Infopulse Співробітники переказали 3 млн грн. до БФ «Повернись живим», надіслали 33 ноутбуки для української ПВО	Wargaming Kyiv Виділили 30 млн грн. Червоному Хресту України на медичні потреби українських лікарень та лікарів, а також на потреби ВПО та іншу діяльність міжнародної гуманітарної організації	
Credit Agricole Сплачено податків до бюджету наперед на суму 100 млн грн.	Redcliffe Partners Надають підтримку посольству України у Великобританії	KitRUM Не працюють з жодним партнером, контрактором або клієнтом з рф або білорусі	EPAM Systems Команда польського офісу EPAM надає підтримку та забезпечує українцям притулок. Команди з інших країн долучаються до допомоги	Gestors Attorneys Association Організували добровільний збір коштів на потреби ЗСУ на відповідні рахунки НБУ	Uber Надали безоплатні поїздки працівникам понад 300 медичних закладів у 14 містах України	

Продовження табл. В.3

1	2	3	4	5	6	7
Codebridge Виділили з бюджету компанії фонд під волонтерство. Закупили запчастини для ремонту техніки однієї з частин ЗСУ. Допомагають в закупівлі бронежилетів та шоломів. Сума допомоги понад 10 тис. євро	KPMG Анонсували спеціальний випуск журналу KPMG Review Magazine «Перемога. Візія майбутнього», де розмістить серію бесід з представниками бізнесу різних галузей, з експертами, підприємцями, управлінцями, бізнесменами	Infopulse Материнська компанія Tietoevry вирішила припинити свою діяльність у рф	Rocketech Допомагають з перевезенням речей, педетримкою домашніх тварин, надають поміч людям похилого віку тощо. Ті співробітники, які живуть за межами України, приймають колег, їхніх близьких і родичів у своїх будинках	Infopulse Передано до БФ «Діти надії і любові» 195 тис. грн., які було витрачено на закупівлю пластин та матеріалів для бронежилетів	Valtech Забезпечено потребу у ліках для військових госпіталів	
Deloitte Зібрано й переказано 2,3 млн євро на рахунки різних офіційних ініціатив, які допомагають Україні	OLX Group Запустили на сайті категорію «Допомога», де кожен може отримати чи надати підтримку тим, кому це потрібно	Respeecher Перервали зв'язки з російськими компаніями, інвесторами	Valtech Працівники компанії за рахунок єдиного фонду «ONE FUND» займалися відбудовою частково або повністю зруйнованих домівок співробітників в Чернігівській області	Respeecher Більшість співробітників зробили пожертвування на користь ЗСУ чи інших проукраїнських ініціатив	REHAU Організовано два гуманітарні вантажі з медикаментами та продуктами харчування до м. Львів	
Credit Agricole Створення спеціального фонду солідарності в розмірі 10 млн євро для потреб працівників та українців, які постраждали від війни	EPAM Systems Допомогли більш ніж десяти ЗВО перенести у хмарні сховища їхні сервери для віддаленого навчання та інші критичні елементи інфраструктури	KPMG Заявили про те, що KPMG в рф та білорусі більше не будуть частиною мережі фірм KPMG	Intetics Допомагали членам української команди знайти транспорт, житло, підтримували їх. Організували для українських спеціалістів сесії з психологом і точково допомагали всім, хто цього потребує	iLogos Game Studios Топменеджмент компанії відмовився від річних бонусів на користь ЗСУ	Uber Разом з UNITED24 зібрали понад 3,5 млн дол. США на закупівлю реанімобілів типу С для українських парамедиків	

Продовження табл. В.3

1	2	3	4	5	6	7
EPAM Systems Сплачено податків до бюджету наперед на суму 50 млн грн.	Lifecell Разом з Київстар та Vodafone запустили національний роумінгу в Україні	McDonalds Тимчасово закрили свої офіси в рф	Uber Разом з Агентством ООН у справах біженців доставили понад 1000 т гуманітарної допомоги ВПО	Intetics Зробили внесок до БФ «Повернись живим»	PwC Англійський офіс зібрав понад 296 тис. фунтів для підтримки діяльності Червоного Хреста в Україні	
Toyota Надання гуманітарної допомоги своїм українським співробітникам, їхнім сім'ям і біженцям з України. Надано фінансову допомогу – до 2,5 млн євро	EPAM Systems Для зв'язку та надання екстреної допомоги організували цілодобову гарячу лінію та запустили додаткові онлайн-сервіси для пошуку транспорту	L'Oréal Україна Прийняли рішення тимчасово закрити сайти електронної торгівлі власних брендів в рф	Sigma Software Приблизно 270 тис. дол. США спрямовано з власного БФ на цілі евакуації українців, що дозволило вивезли понад 1,5 тис. осіб	Intetics Зібрали біля 20 тис. дол. США для ЗСУ, рятувальників і ВПО, на які придбали автомобіль, медикаменти та їжу для ТРО, продукти для ВПО		
Ferrexpo Надано додаткове фінансування на забезпечення гуманітарних потреб України у розмірі 7,5 млн дол. США	Lifecell Всі абоненти отримали 5 ГБ та 30 хв. на всі мобільні та стаціонарні номери по Україні	OLX Group Платформа онлайн-оголошень OLX Group вийшла із рф	Sony UA (Sony Group Corporation) Перерахували 2 млн дол. США до Агентство ООН у справах біженців «Save the Children»	Väderstad Україна Перерахували 2 млн грн. на підтримку ЗСУ		
Folderly Допомагає ЗСУ, ВПО та своїм співробітникам	Intetics Надсилали співробітникам листи підтримки	Visa Вийшли з російського ринку	Sigma Software Передали 500 тис. грн. Львівському IT-клас-теру, який розгорнув табір для біженців та організував гуманітарну допомогу містам України, де ведуться бойові дії	Pingle Game Studio Пожертвували 500 тис. грн. ЗСУ		

Продовження табл. В.3

1	2	3	4	5	6	7
Gazki Ukraine Організують постачання гуманітарної допомоги з Великобританії та Німеччини в Україну	Preply Закликали користувачів жертвувати кошти благодійним організаціям на допомогу Україні та на підтримку правдивих джерел інформації	Shell Розірвали всі багатомільярдні контракти з «Газпромом»	PwC Польський офіс зібрав понад 325 тис. євро на допомогу колегам із України, які через війну були змушені переїхати до країн Центральної та Східної Європи	Renault Ukraine Разом з Автологістика передали ТРО м. Одеси 10 автомобілів		
iLogos Game Studios Створили два фонди всередині компанії – на підтримку ЗСУ та гуманітарної допомоги	Sigma Software Спеціалісти компанії залучені до ІТ-армії	Preply Повідомили, що російські репетитори більше не зможуть заробляти на платформі	REHAU Співробітники з прилеглих до України країн як волонтери зустрічали на кордоні біженців, організовували їх трансфер та розміщення, допомагали з оформленням документів та адаптацією на новому місці	Uklon Надавали щомісячну підтримку в розмірі 310 тис грн. БФ «Повернись живим»		
Gazki Ukraine Надають безкоштовну організаційну підтримку підприємствам зі сфери важкої промисловості з України, Італії, Німеччини, Великої Британії, США, Індії та Китаю, чий ланцюжок поставок, раніше пов'язані з Україною та РФ, були порушені	SAP Започаткували спеціальну програму працевлаштування людей, які вимушено покинули Україну, в Польщі, Румунії, Угорщині, Словаччині, Чеській республіці і Німеччині	L'Oréal Україна Тимчасово закрили всі власні російські магазини та точки продажу в універмагах, призупинили всі промислові та національні медіа-інвестиції	KPMG Вивозила киян, які не мали можливості виїхати самостійно, орендували готелі, в яких зупинилися 673 співробітника та члена їх родин	Sigma Software Організували збір коштів для ЗСУ. Сума перевищила 10 млн грн. і продовжувала зростати		

1	2	3	4	5	6	7
Infopulse Зібрано понад 4,6 млн грн. на допомогу Україні	Universe Надали безплатний доступ до додатків Translator Guru та Scan Guru	Mastercard Вийшли з ринку рф	KPMG Створено кризовий штаб, який допомагав евакуації працівників та їх родин з м. Києва	Redcliffe Partners Перерахували 500 тис грн. на допомогу ЗСУ		
SAP Пропонують особливу програму адаптації, в т.ч. початкову підтримку з боку досвідчених колег з України, спеціальні навчальні програми та мовні курси, підтримку психічного здоров'я, допомогу з догляду за дітьми та можливості завчасних виплат за умови підписання необмеженого контракту на роботу	Redcliffe Partners Ведуть активну комунікаційну кампанію з міжнародними юридичними фірмами та профільними юридичними асоціаціями про зупинення співпраці з російськими офісами	WePlay Holding Заморозили поточні російськомовні проекти та розірвала всі партнерські угоди з білоруськими компаніями				
iLogos Game Studios Започатковано волонтерські ініціативи допомоги притулкам тварин, збір коштів на амуніцію для ЗСУ, гуманітарна допомога на кордоні	WePlay Holding Зосередилися на виробництві та розвитку україномовного кіберспортивного контенту, а також на проведенні кіберспортивних турнірів і студій аналітики англійською мовою	Universe Доступ до всіх продуктів заблоковано для користувачів із рф та білорусі				

Продовження табл. В.3

1	2	3	4	5	6	7
Mastercard Продовжили міжбанківську комісію за проведення безготівкових оплат впродовж квітня 2022 р. на рівні 0% для всіх транзакцій в межах України у фізичних торгових точках, онлайн, при відправленні коштів з карток Mastercard. Скасовані транзакційні комісії для банків-еквайрів та банків-емітентів за внутрішніми операціями в Україні	REHAU Створено багатомовний консультаційний канал для надання первинної психологічної допомоги у кризових ситуаціях, отримання інформації щодо юридичних питань, розміщення та допомоги тимчасово переміщеним особам	EPAM Systems Закрили російський офіс, перестали обслуговувати російських клієнтів, та виділяють 100 млн дол. США для українських сімей та їхніх співробітників				
MacPaw Оголосила про набір на оплачуване щорічне стажування для спеціалістів-початківців, які знаходяться на території України	YouTeam Підтримують українську IT-спільноту: скасували оплату комісії платформи для клієнтів, які найматимуть розробників саме з України	REHAU Призупинили діяльність в рф та білорусі				
Glovo Надання гуманітарної допомоги та необхідної логістики нужденним	Redcliffe Partners Ведуть активну комунікаційну кампанію з міжнародними юридичними фірмами та профільними	PÖTTINGER Припинили постачання техніки на територію рф				

Продовження табл. В.3

1	2	3	4	5	6	7
	юридичними асоціаціями про зупинення співпраці з російськими офісами					
Intetecs Зібрали гроші на допомогу дітям						
Shell Відправили прибуток в фонд для гуманітарної допомоги українцям						
Rocketech Запустили програму підтримки співробітників «Будемо разом» і влаштували внутрішній волонтерський штаб, до якого увійшли 19 осіб з семи країн						
Visa Скасували внутрішні трансакційні комісії та призупинили дію міжбанківської комісії для внутрішніх транзакцій у торгових точках						
KPMG Перерахували внесок в розмірі 500 тис. дол. США до українського фонду UNICEF						

Продовження табл. В.3

1	2	3	4	5	6	7
KPMG Співробітники долучилися до волонтерських організацій, які підтримують ЗСУ та населення України, збирають запити та надають адресну фінансову та іншу допомогу						
L'Oréal Україна Пожертвували 300 тис. косметичних засобів для базової гігієни (шампуні, гелі для душу та гоління, дезодоранти, засоби для догляду за шкірою) у пологові будинки, лікарні та територіальні центри м. Києва						
L'Oréal Україна Надають фінансову та психологічну підтримку співробітникам						
Pingle Game Studio Впродовж воєнного стану не планують переходити на зменшену ставку єдиного податку або не платити його						

Продовження табл. В.3

1	2	3	4	5	6	7
L'Oréal Україна Реалізують план гуманітарних дій з місцевими та міжнародними неурядовими організаціями, щоб підтримати українських біженців. Доставляють гігієнічні засоби біженцям. Пожертвували 1,1 млн дол. США через жіночий фонд L'Oréal. Загальна сума допомоги – 5 млн євро						
Preply Кожен місяць робили пожертву, яка дорівнює всім доходам користувачів в рф						
PwC Направили 5 млн. грн. до фонду Help Ukraine						
Unilever Ukraine Працюють з партнерами неурядових організацій на місцях, щоб надати продукти харчування, косметичну продукцію та засоби особистої гігієни на суму 5 млн євро постраждалим від війни українцям						

Продовження табл. В.3

1	2	3	4	5	6	7
Uklon Разом з Shell , Сеть A3K WOG, Foodz, Glovo запустили проєкт «Волонтер» для безкоштовних поїздок						
Unilever Ukraine Анонсували програму добровільного збору допомоги від співробітників по всьому світу і зібрану суму подвоїли						
Valtech Здійснено закупівлю бронезилетів для ЗСУ, дронів, приладів нічного бачення, автомобілях, супутникового інтернету та телефонів, 1000 комплектів білизни, корм для тварин						
Meest Group Відкрили в іноземних офісах в Європі, США та Канади пункти прийому гуманітарної допомоги, яку безкоштовно доставляють в Україну організаціям, які відповідають за її розповсюдження в Україні						

Продовження табл. В.3

1	2	3	4	5	6	7
Meest Group Співпрацюють з БО «Міжнародний Благодійний Фонд «Міст» щодо передачі гуманітарної допо- моги постраждалим						
Meest Group Запустили безкошто- вне доставлення гума- нітарної допомоги Україні з країн Європи та Північної Америки						
YouTeam Пожертвували понад 1 млн грн. на підтри- мку ЗСУ та біженців і щомісячно віддава- ла на ці цілі ще 50% чистого прибутку						
Uber Безоплатно перевозять реставраторів Національного науково-дослідного реставраційного центру України для збереження культурної спадщини: подолали понад 50 тис. км, щоб відвідати більш ніж 300 місць по всій країні						

1	2	3	4	5	6	7
YouTeam Працівники компанії, які хочуть бути волонтерами, можуть взяти для цього оплачувані вихідні						
Uber Надали понад 600 тис. безоплатних поїздок для ВПО, медичних працівників, донорів крові, органів місце- вого самоврядування та громадських організацій						
Uber Зібрали близько 560 тис. грн. на підтримку підопічних БФ «Діти Героїв», що втратили одного чи обох бать- ків унаслідок війни						
Uber У 17 країнах Європи користувачі Uber можуть підтримати Україну, скориставшись благодійним тарифом «Uber для України», що переказує 1 євро від кожної поїздки у скриньку пожертв						

Продовження табл. В.3

1	2	3	4	5	6	7
Uber Для користувачів зі США у застосунку з'явилася кнопка «Задонатити». Завдяки цьому вдалося зібрати понад 5 млн дол. США для України						
Sigma Software Запустили власний БФ, який працює на адресну гуманітарну допомогу, організацію евакуації та точкову допомога ЗСУ з екіпіруванням і технікою. Фонд уже витратив понад 320 тис. дол. США						
Sigma Software Разом з IdeaSoft , стали партнерами Epicentr K, Metro Cash & Carry, «Нової пошти». Основне завдання – створити централізовану систему управління запитами, щоб забезпечити їх ефективну обробку, логістику та зберігання гуманітарної допомоги						

Продовження табл. В.3

1	2	3	4	5	6	7
REHAU Створено фонд екстреної підтримки Family for Families. Працівники компанії з різних куточків світу жертвують кошти для підтримки родин з потерпілих територій України						
PwC Американський офіс та БФ фірми перерахували понад 425 тис. дол. США Українському кризовому фонду, Фонду «Врятуйте дітей» та Проекту «Надія» аби допомогти забезпечити гуманітарну допомогу та підтримку ЗСУ						
PwC Німецький офіс перерахував 1 млн. євро альянсу Aktion Deutschland Hilft e. V., який об'єднує 23 відомі німецькі організації, що працюють у 100 країнах світу та надають швидку та ефективну допомогу під час катастроф						

Джерело: складено автором на основі [47]

Матриця нормативного підґрунтя для забезпечення соціально відповідальної поведінки бізнесу в Україні

Напрям дії Документ	Створення нових робочих місць	Охорона праці на підприємстві	Розвиток людського капіталу	Захист та узгодження інтересів працівників та роботодавців	Безпека життєдіяльності	Соціальний захист працівників та населення
1	2	3	4	5	6	7
Закон України «Про зайнятість населення» №5067-VI від 05.07.2012 р.	Ст. 27. Роботодавцю, який протягом 12 календарних місяців забезпечував ство- рення нових робочих місць, працевлашто- вував на них праців- ників і упродовж цього періоду щомі- сяця здійснював їм виплату заробітної плати в розмірі не менше ніж три міні- мальні заробітні пла- ти за кожну особу, протягом наступних 12 календарних мі- сяців за умови збере- ження рівня заробіт- ної плати в розмірі не менше ніж три мінімальні заробітні плати за кожну таку особу щомісяця за рахунок коштів Дер- жавного бюджету України, передбаче-					

Продовження табл. Г.1

1	2	3	4	5	6	7
	них у бюджеті Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття, компенсуються фактичні витрати у розмірі 50% суми нарахованого єдиного внеску за відповідну особу за місяць, за який він сплачений, у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України					
Закон України «Про охорону праці» №2694-ХІІ від 14.10.1992 р.		Ст. 5. Під час укладання трудових договорів (крім трудового договору про дистанційну роботу, про надомну роботу) роботодавець повинен поінформувати працівника під розписку про умови праці та про наявність на його робочому місці небезпечних і шкідливих виробничих факторів, які ще не усунуто, можливі наслідки їх				

Продовження табл. Г.1

1	2	3	4	5	6	7
		<p>впливу на здоров'я та про права працівника на пільги і компенсації за роботу в таких умовах відповідно до законодавства і колективного договору та з урахуванням особливостей спрощеного режиму регулювання трудових відносин.</p> <p>Ст. 8. Роботодавець зобов'язаний забезпечити за свій рахунок придбання, комплектування, видачу та утримання засобів індивідуального захисту відповідно до нормативно-правових актів з охорони праці та колективного договору.</p> <p>Ст. 13. Роботодавець зобов'язаний створити на робочому місці в кожному структурному підрозділі умови праці відповідно до нормативно-правових актів, а також забезпечити додержання ви-</p>				

Продовження табл. Г.1

1	2	3	4	5	6	7
		мог законодавства щодо прав працівни- ків у галузі охорони праці				
Закон України «Про професійний розвиток працівників» № 4312-VI від 12.01.2012 р.			Ст. 6. Організація професійного навча- ння працівників здійснюється робо- тодавцями з ураху- ванням потреб влас- ної господарської або іншої діяльності відповідно до вимог законодавства. Ст. 11. Роботодавці можуть проводити атестацію працівни- ків. Атестація пра- цівників проводиться не частіше ніж один раз на три роки			
Закон України «Про колек- тивні договори і угоди» №3356- ХІІ від 01.07.1993 р.				Ст. 1. Колективний договір, угода укла- даються на основі чинного законодав- ства, прийнятих сто- ронами зобов'язань з метою регулювання виробничих, трудо- вих і соціально-еко- номічних відносин і узгодження інтересів працівників та роботодавців		

Продовження табл. Г.1

1	2	3	4	5	6	7
Закон України «Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)» №137/98-ВР від 03.03.1998 р.				Ст. 9. Колективні трудові спори (конфлікти) розглядаються виробничою примірною комісією у п'ятиденний, галузевою та територіальною примирними комісіями – у десятиденний, примирною комісією на національному рівні – у п'ятнадцятиденний строк з моменту утворення комісій. За згодою сторін ці строки можуть бути продовжені. Ст. 19. Наймані працівники підприємств галузі чи адміністративно-територіальних одиниць самостійно приймають рішення про оголошення страйку на своєму підприємстві		
Закон України «Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності»				Ст. 25. Роботодавці зобов'язані брати участь в заходах профспілок щодо захисту трудових та соціально-економіч-		

Продовження табл. Г.1

1	2	3	4	5	6	7
№1045-XIV від 15.09. 1999 р.				них прав на їх запрошення		
Закон України «Про організації роботодавців, їх об'єднання, права і гарантії їх діяльності» №5026-VI від 22.06.2012 р.				Ст. 5. Організації роботодавців, їх об'єднання створю- ються і діють з метою представни- цтва та захисту прав та законних інтере- сів роботодавців у економічній, соціа- льній, трудовій та ін- ших сферах, у тому числі в їх відносинах з іншими сторонами соціального діалогу		
Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення» №4004-XII від 24.12.1994 р.					Ст. 7. Підприємства, установи і організа- ції зобов'язані: розробляти і здійс- нювати санітарні та протиепідемічні за- ходи; забезпечувати лабо- раторний контроль за виконанням норм щодо безпеки вико- ристання шкідливих для здоров'я речо- вин та матеріалів; надавати безоплатно зразки використову- ваних сировини і	

Продовження табл. Г.1

1	2	3	4	5	6	7
					<p>матеріалів, а також продукції, для проведення державної санітарно-епідеміологічної експертизи;</p> <p>усувати від роботи осіб, які є носіями збудників інфекційних захворювань, або осіб, які були в контакті з такими хворими, з виплатою у встановленому порядку допомоги з соціального страхування;</p> <p>негайно інформувати органи державної санітарно-епідеміологічної служби про надзвичайні події і ситуації, що становлять загрозу здоров'ю населення, санітарному та епідемічному благополуччю;</p> <p>відшкодовувати у встановленому порядку працівникам і громадянам шкоду, завдану їх здоров'ю внаслідок порушення санітарного законодавства</p>	

Продовження табл. Г.1

1	2	3	4	5	6	7
Закон України «Про основні засади соціального захисту ветеранів праці та інших громадян похилого віку в Україні» №3721-ХІІ від 16.12.1993 р.						Ст. 14. Підприємства, установи і організації зобов'язані постійно поліпшувати умови праці і виробничого середовища громадян похилого віку. Робоче місце громадянина похилого віку має бути обладнано відповідними технічними та іншими засобами, що сприяють збереженню його здоров'я, і працездатності
Закон України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні» №875-ХІІ від 21.03.1991 р.						Ст. 17. Підприємства, установи і організації за рахунок коштів Фонду соціального захисту осіб з інвалідністю або за рішенням місцевої ради за рахунок власних коштів у разі потреби створюють спеціальні робочі місця для працевлаштування осіб з інвалідністю, здійснюючи для цього адаптацію основного і додаткового облад-

Продовження табл. Г.1

1	2	3	4	5	6	7
						<p>нання, технічного оснащення і пристосування тощо з урахуванням обмежених можливостей осіб з інвалідністю.</p> <p>Ст. 18. Підприємства, установи, організації, фізичні особи, які використовують найману працю, зобов'язані виділяти та створювати робочі місця для працевлаштування осіб з інвалідністю, у т.ч. спеціальні робочі місця, створювати для таких осіб умови праці з урахуванням індивідуальних програм реабілітації і забезпечувати інші соціально-економічні гарантії, передбачені законодавством, надавати державній службі зайнятості інформацію, необхідну для організації працевлаштування осіб з інвалідністю, у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України</p>

Продовження табл. Г.1

1	2	3	4	5	6	7
Закон України «Про пенсійне забезпечення» №1788-ХІІ від 05.11.1991 р.						Ст. 19. Підприємства за рішенням адміністрації і виборного органу первинної профспілкової організації можуть відшкодовувати працівникам за рахунок власних коштів, призначених для оплати праці, повністю або частково внески, сплачені ними за договорами добровільного страхування додаткової пенсії. Ст. 101. Підприємства та організації несуть матеріальну відповідальність за шкоду, заподіяну громадянам або державі внаслідок несвоєчасного оформлення або подання пенсійних документів, за видачу недостовірних документів, і відшкодовують її
Закон України «Про соціальні послуги» №2671-VIII від 17.01.2019 р.						Ст. 13. Надавачі соціальних послуг мають право залучати на договірній основі підприємства, установи, організації до надання соціальних послуг

Джерело: складено автором на основі [22-34]

Таблиця Д.1

Регіональний розподіл представників українського бізнесу, які за часів повномасштабного вторгнення рф на територію України роблять внесок у в межах власної стратегії соціальної відповідальності

Область України	Число компаній	Назва та місто розташування головного офісу компанії
1	2	3
Вінницька	4	Вінницязгаз, м. Вінниця Sigma Software, м. Вінниця Терра Фуд, м. Тульчин FRENDT, с. Писарівка
Волинська	7	Волиньгаз, м. Луцьк Волинь-зерно-продукт (ТМ «Вілія»), м. Луцьк Мережа «Тростянецькі ковбаси» (Волинь), м. Луцьк Mr.Scrubber, м. Луцьк Patio Di Fiori, м. Луцьк WOG, м. Луцьк ВМК-Україна, м. Нововолинськ
Дніпропетровська	20	Алло, м. Дніпро АТБ-Маркет, м. Дніпро Корпорація «Біосфера», м. Дніпро Ворк Україна, м. Дніпро Дніпропетровськгаз, м. Дніпро Приватбанк, м. Дніпро Comfy, м. Дніпро ConcordBank, м. Дніпро DataArt, м. Дніпро Лінія магазинів EVA, м. Дніпро Gazki Ukraine, м. Дніпро Getmancar, м. Дніпро Interpipe, м. Дніпро KSG Agro, м. Дніпро Ledum, м. Дніпро Poster, м. Дніпро VARUS, м. Дніпро Yalantis, м. Дніпро Арселорміттал Кривий ріг, м. Кривий ріг Centravis, м. Нікополь
Донецька	1	Mofy.life, м. Маріуполь
Житомирська	1	Майстерня свічок «Просто Миколка», м. Житомир
Закарпатська	-	-
Запорізька	3	Геофарм Солюшен (Ag Leader Technology), м. Запоріжжя Мережа магазинів «Економ» (Запоріжжя), м. Запоріжжя Метінвест, м. Запоріжжя
Івано-Франківська	6	Івано-Франківськгаз, м. Івано-Франківськ Ресторан «Паляниця», м. Івано-Франківськ

Продовження табл. Д.1

1	2	3
		Прикарпаттяобленерго, м. Івано-Франківськ Global IT Support, м. Івано-Франківськ KvaSOLya, м. Городенка Гудвеллі Україна, с. Копанки
Київська	11 та 228 – м. Київ	Агентство «Мозгі», м. Київ Агропросперіс, м. Київ Мережа аптек АНЦ, м. Київ Артеріум, м. Київ Астарта-Київ, м. Київ ТОВ АІ Консалтинг, м. Київ Байєр, м. Київ Британський офтальмологічний центр, м. Київ Фармкомпанія «Дарниця», м. Київ Датагруп (Volia), м. Київ Дельта Вілмар Україна, м. Київ ТМ «Добродія», м. Київ Приватна медична клініка «Добробут», м. Київ ДТЕК, м. Київ Енергоатом, м. Київ ТОВ «Епіцентр К», м. Київ ЕСКА Капітал, м. Київ Еско-Північ, м. Київ ЕССІТІ Україна, м. Київ Мережа ресторанів «Свразія», м. Київ Кернел, м. Київ Київміськбуд, м. Київ Київстар, м. Київ Київська школа економіки (KSE), м. Київ Київхліб, м. Київ КМДШ, м. Київ Книгарня Є, м. Київ Контінентал Фармерз Груп, м. Київ ЛУН, м. Київ Люксоптика, м. Київ ТОВ Меклі, м. Київ Метео Фарм, м. Київ Мікс Март, м. Київ Група компаній «Молочний альянс», м. Київ Нова Пошта, м. Київ Група компаній «Нові продукти», м. Київ Нафтогаз, м. Київ Оболонь, м. Київ Окко, м. Київ ОТП Банк, м. Київ Планета Кіно, м. Київ ПУМБ, м. Київ РГК, м. Київ

1	2	3
		Сільпо, м. Київ Європейська медична лабораторія Сінево, м. Київ ТАС Агро, м. Київ Укравтодор, м. Київ Українська асоціація меблевиків, м. Київ Укргазбанк, м. Київ Укрзалізниця, м. Київ Укрпошта, м. Київ Укрпромінвест-Агро, м. Київ Укртелеком, м. Київ УНІКА Україна, м. Київ Укртрансгаз, м. Київ Фармак, м. Київ Фокстрот, м. Київ Супермаркети «Фора», м. Київ ЦУМ Київ, м. Київ Охоронна компанія «Шериф», м. Київ Agricom Group, м. Київ Ajax System, м. Київ ALFA Smart Agro, м. Київ Amway Україна, м. Київ Креативна агенція ANGRY, м. Київ ANT, м. Київ Appflame, м. Київ ASBIS Enterprise, м. Київ Asters, м. Київ Awesomic, м. Київ Arzinger, м. Київ Baltbek Bureau, м. Київ BASF, м. Київ BetterMe, м. Київ Big Money Club, м. Київ Biopharma, м. Київ BlaBlaCar, м. Київ Bolt, м. Київ Bolt Food, м. Київ Boosta, м. Київ Brainstack, м. Київ Caparol Ukraine, м. Київ Carlsberg Ukraine, м. Київ Chernovetskyi Investment Group, м. Київ CIKLUM, м. Київ Українська філія Cisco Systems, м. Київ Cityhost.ua, м. Київ Cloudfresh, м. Київ Codebridge, м. Київ Competera, м. Київ

1	2	3
		Computools, м. Київ Corezoid, м. Київ Credit Agricole, м. Київ Cult Naked, м. Київ CyberBionic Systematics, м. Київ Decathlon, м. Київ Delfast, м. Київ Deloitte, м. Київ Depositphotos, м. Київ DF Group, м. Київ disBalancer, м. Київ Doctor Online, м. Київ Піцерія Domino's Pizza, м. Київ ТРЦ Dream Town, м. Київ EPAM Systems, м. Київ Ресторан Egersund Seafood, м. Київ Сервіс e-Katalog, м. Київ ENESTECH Software, м. Київ EVO, м. Київ Evoplay, м. Київ EY, м. Київ Folderly, м. Київ Foodicine, м. Київ FoodEx та icefood, м. Київ Мережа ресторанів Gastrofamily, м. Київ Genesis, м. Київ Gestors Attorneys Association, м. Київ GigaCloud, м. Київ GlobalLogic, м. Київ Glovo, м. Київ GMK Center, м. Київ Goodwine, м. Київ Grammarly, м. Київ GSC Game World, м. Київ Harveast Holding, м. Київ Медичний сервіс Helsi, м. Київ iDeals, м. Київ iLogos Game Studios, м. Київ Клініка ISIDA, м. Київ Fozzy Group, м. Київ Innovects, м. Київ Intellias, м. Київ INTERTOP, м. Київ Infopulse, м. Київ Intetics, м. Київ Jooble, м. Київ KAN Development, м. Київ

1	2	3
		KitRUM, м. Київ KFC, м. Київ KPMG, м. Київ L'Oréal Україна, м. Київ Leo Beauty Club, м. Київ Liga Zakon, м. Київ Lifecell, м. Київ Liki24, м. Київ Lingvo Team, м. Київ Linkos Group, м. Київ Ресторан Lucky від мережі Goodwine, м. Київ Luxoft, м. Київ MacPaw, Київ Мережа ресторанів Mafia, м. Київ Mastercard, м. Київ Mate academy, м. Київ McDonalds, м. Київ McClee, м. Київ MEGOGO, м. Київ Ресторан Mirali, м. Київ MobiDev, м. Київ Monobank, м. Київ N-iX, м. Київ Netpeak Group, м. Київ Ninja Sushi, м. Київ Odgers Berndtson Ukraine, м. Київ Ohra Home, м. Київ Oll tv, м. Київ OLX Group, м. Київ Parimatch Tech, м. Київ PepsiCo Ukraine, м. Київ PetHouse, м. Київ Piel Cosmetics, м. Київ Playrix, м. Київ Postmen, м. Київ Premier FOOD Group, м. Київ Preply, м. Київ Prozorro, м. Київ PwC, м. Київ Projector Institute, м. Київ Racio, м. Київ Redcliffe Partners, м. Київ Reface, м. Київ REHAU, м. Київ Renault Ukraine, м. Київ Respeecher, м. Київ Ringostat, м. Київ

1	2	3
		Robota.ua, м. Київ Rocketech, м. Київ Saga Development, м. Київ SAP, м. Київ Sasquatch Digital, м. Київ SCM, м. Київ Shell, м. Київ SHERP, м. Київ SkyUp, м. Київ SimCorp, м. Київ Socar, м. Київ Stolitsa Group, м. Київ StarLightMedia, м. Київ Агенція діджитал-маркетингу Svitsoft, м. Київ SWEET.TV, м. Київ SQUAD, м. Київ TECHPIA holdingм. Київ Terrasoft Ukraine, м. Київ Toyota, м. Київ Trimble Agricultura, м. Київ TripMyDream, м. Київ Uber, м. Київ Uklon, м. Київ Ukrlandfarming, м. Київ Unilever Ukraine, м. Київ Universe, м. Київ Uptech, м. Київ Valtech, м. Київ Veterano Brownie, м. Київ Visa, м. Київ Сервіс Vkursi Zemli, м. Київ Vodafone Ukraine, м. Київ VP Team, м. Київ Wargaming Kyiv, м. Київ Watsons, м. Київ WePlay Holding, м. Київ Wezom Academy, м. Київ Ресторан Whisky Corner, м. Київ Yakaboo, м. Київ Yasno, м. Київ YouControl, м. Київ YouTeam, м. Київ 1+1 media, м. Київ Лантманнен Акса, м. Бориспіль RÖTTINGER, м. Бориспіль Fulcrum, м. Вишгород Zeelandiam, м. Бровари

Продовження табл. Д.1

1	2	3
		БТУ-ЦЕНТР, с. Софіївська Борщагівка Вольтех, с. Петропавлівська Борщагівка МХП, м. Миронівка Овостар Юніон, с. Ромашки Coca-Cola Beverages Ukraine, с. Велика Димерка UIFK-AGRO, с. Коржі Winner Group Ukraine, с. Капітанівка
Кіровоградська	1	VESNA, м. Кропивницький
Луганська	-	-
Львівська	23	Студія реклами та дизайну «Арт_Бро», м. Львів Бізнес-школа Українського католицького університету (LvBS), м. Львів Видавництво Старого Лева, м. Львів Молочна компанія «Галичина», м. Львів Крафтова пивоварня «Дідько», м. Львів Львівгаз, м. Львів Холдинг емоцій !FEST, м. Львів Сироварня «Чесний сир», м. Львів BotsCrew, м. Львів Dodo Socks, м. Львів ELEKS, м. Львів FEODAL.online, м. Львів Платформа Happy Monday, м. Львів La П'єц, м. Львів Meest Group, м. Львів Pingle Game Studio, м. Львів Slow.ly, м. Львів SoftServe, м. Львів Sombra, м. Львів Смарт Ф'южн ресторан Wa.Lviv, м. Львів 3D_techgroup, м. Львів 7sevenheaven coffee, м. Львів Західний Буг, с. Павлів
Миколаївська	3	Миколаївгаз, м. Миколаїв ГК «Прометей», м. Миколаїв Сервіс Zernotorg.ua, м. Миколаїв
Одеська	5	Ресторани Сави Лібкіна, м. Одеса Fratelli Ristorante Odessa, м. Одеса Lookserg, м. Одеса Readdle, м. Одеса Serpstat, м. Одеса
Полтавська	4	Ferrexpro, м. Полтава Кременчуцький хлібокомбінат, м. Кременчук Мережа магазинів «Аврора», с. Опішня АПК Докучаєвські чорноземи, м. Карлівка
Рівненська	2	Рівнегаз, м. Рівне Компанія пасажирських перевезень «Шалена Черепаха», м. Рівне
Сумська	3	Авіс Укראгро, м. Суми

1	2	3
		Ресторан «Здибанка» (м. Суми), м. Суми ТОВ «Індичка», с. Кровне
Тернопільська	3	НК Богдан, м. Тернопіль AGRICON, м. Тернопіль Агропродсервіс, с. Настасів
Харківська	13	Група АГРОТРЕЙД, м. Харків Видавництво Ранок, м. Харків Видавництво «Фоліо», м. Харків Arvisa, м. Харків CodeIT, м. Харків Dev.Pro, м. Харків DOU, Djinni, м. Харків GeoComply, м. Харків GitLab, м. Харків Grid Dynamics Group, м. Харків Видавництво «Vivat», м. Харків ZONE3000, м. Харків Фермерське молочне господарство «Юпітер», с. Хотімля
Херсонська	1	Херсонський салон штор «Ампір», м. Херсон
Хмельницька	2	Хмельницькгаз, м. Хмельницький VITAGRO, м. Волочиск
Черкаська	2	Волошкове поле, м. Черкаси ГК «Верес», м. Канів
Чернівецька	1	Чернівцігаз, м. Чернівці
Чернігівська	3	Салон оптики «Сова», м. Крюківка МК-Добробут (Чернігівська обл), с. Нехаївка ТОВ «Яна-плюс» (Чернігівська обл), с. Петрівка

Джерело: складено автором на основі [47]

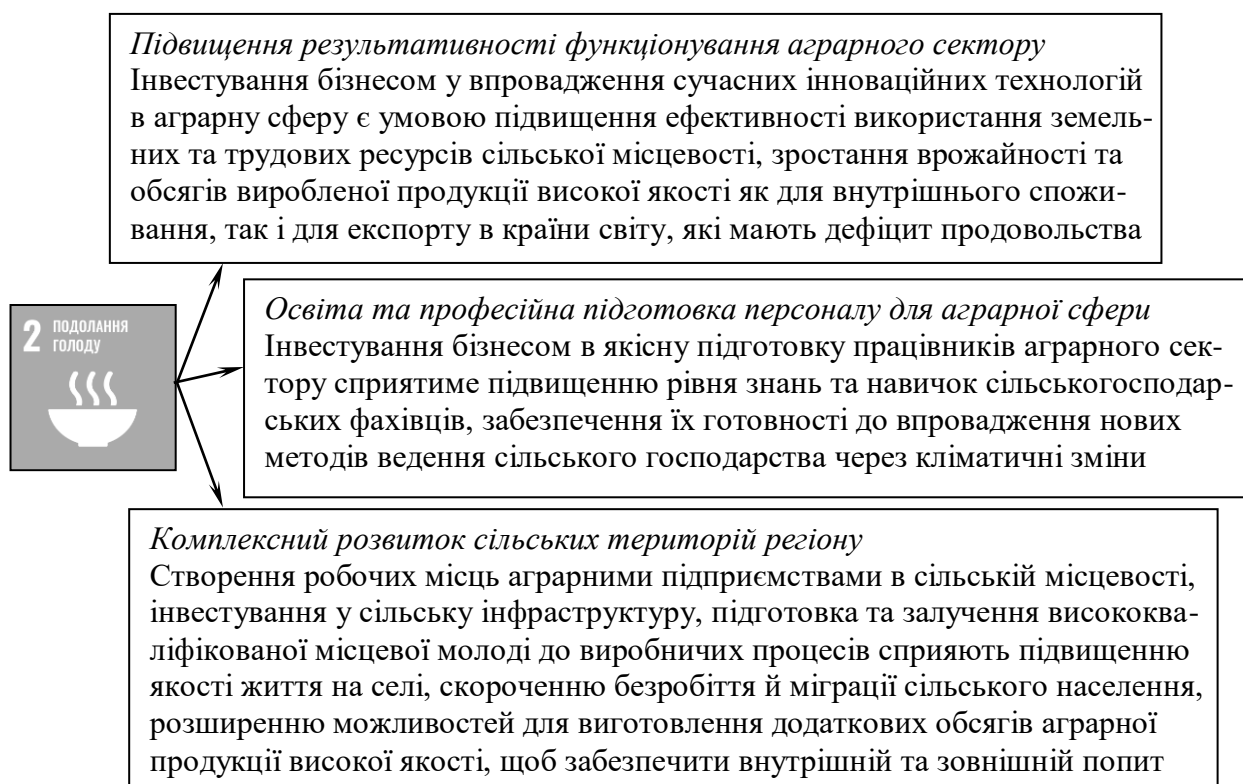


Рис. Е.1. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання задля реалізації Цілі 2. Подолання голоду

Джерело: складено автором

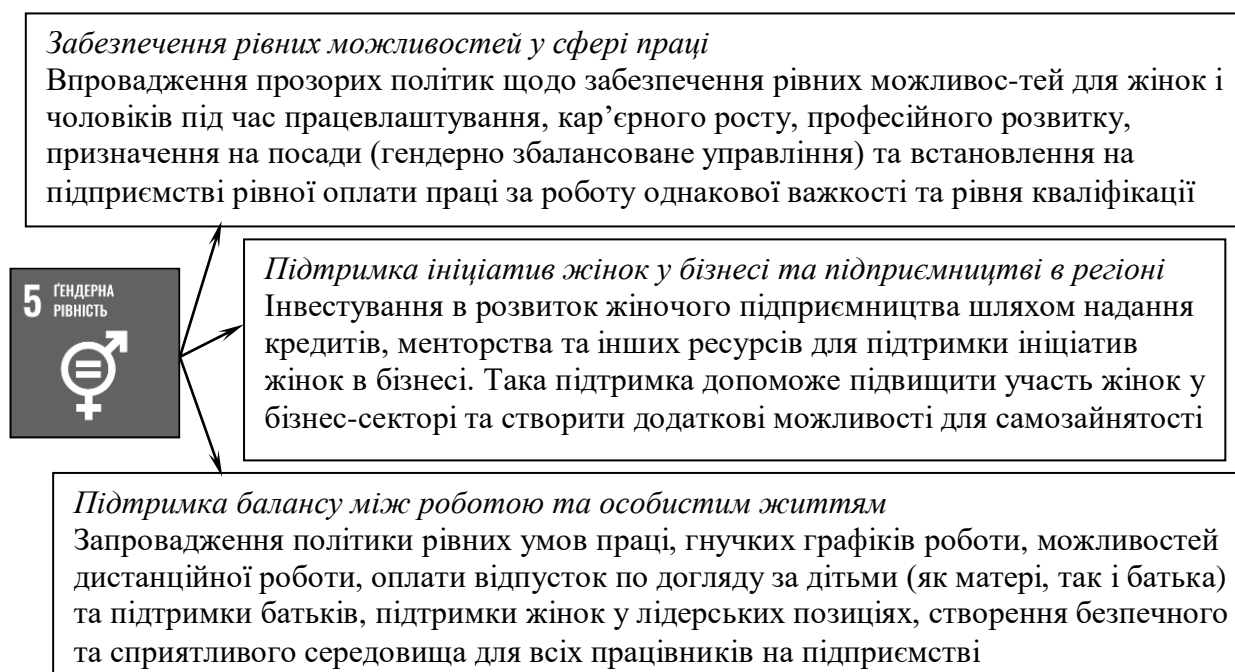


Рис. Е.2. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання задля реалізації Цілі 5. Гендерна рівність

Джерело: складено автором

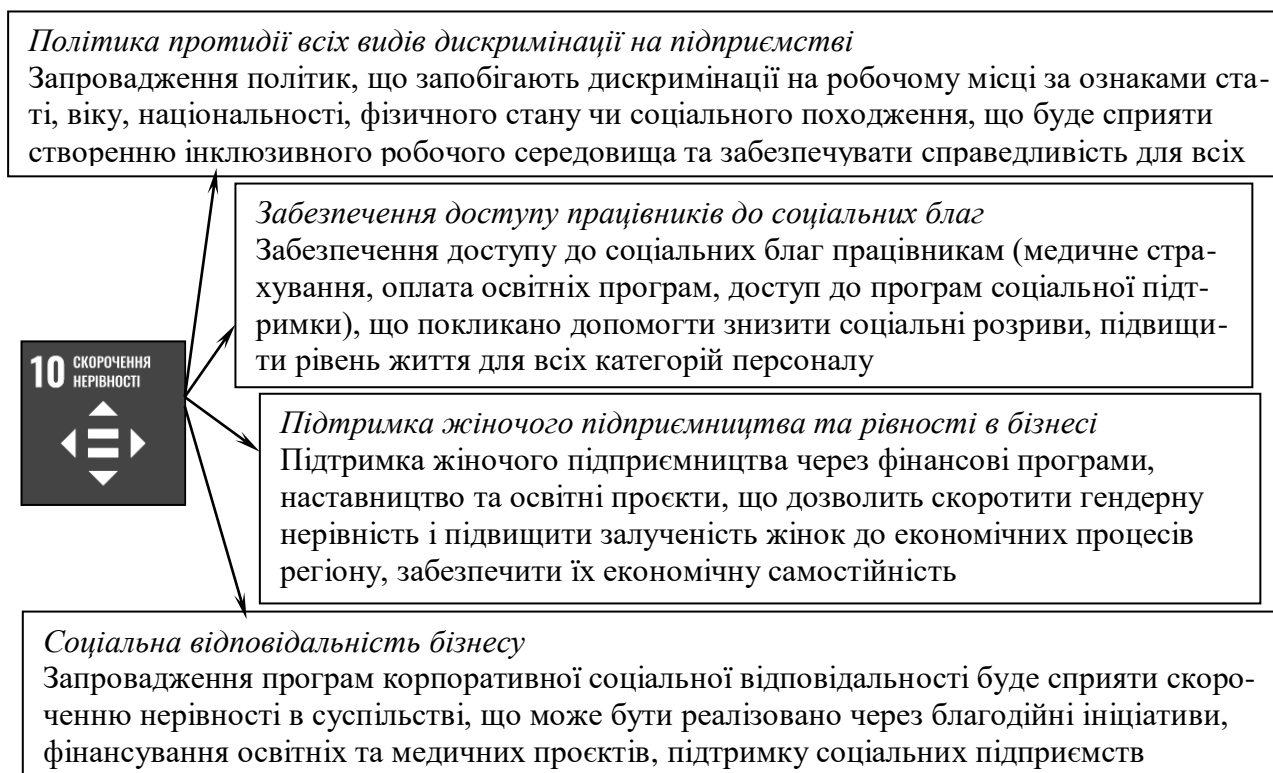


Рис. Е.3. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання задля реалізації Цілі 10. Скорочення нерівності

Джерело: складено автором

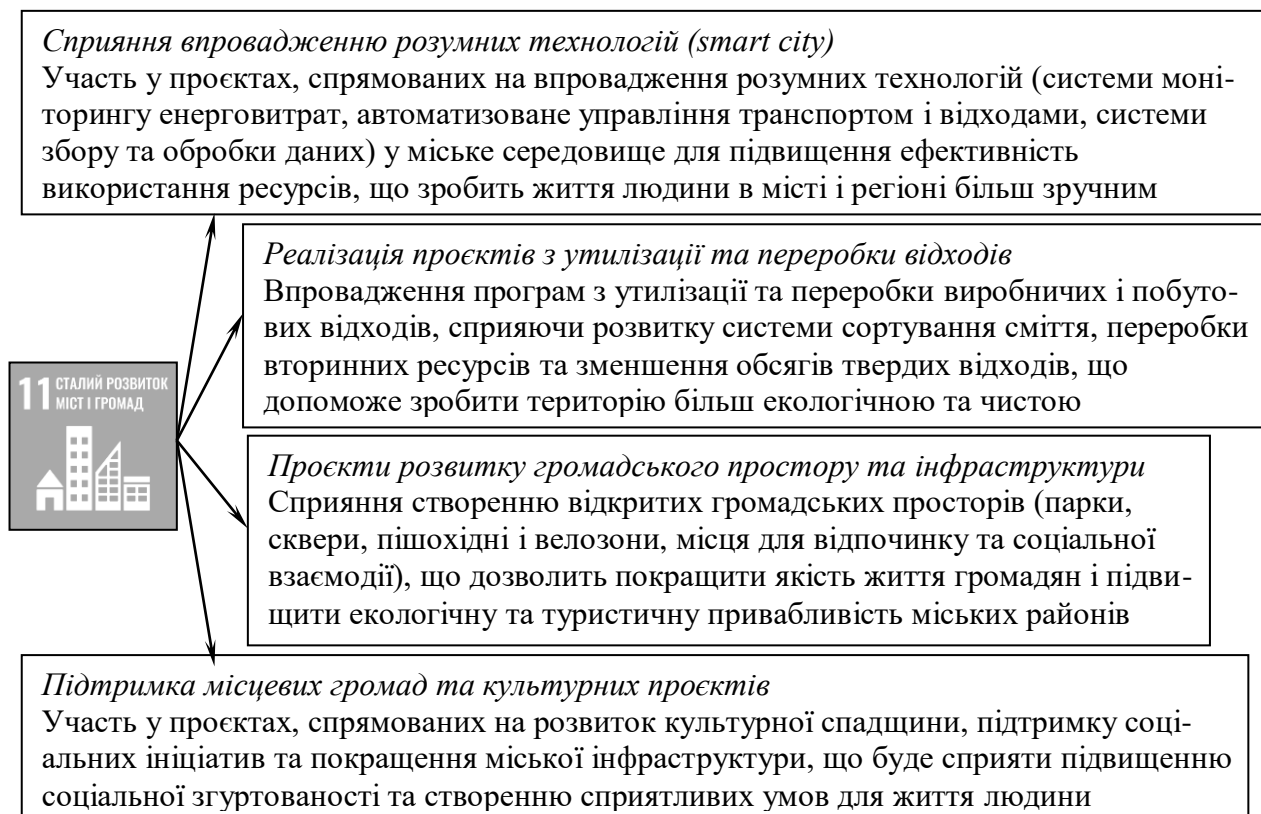


Рис. Е.4. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання задля реалізації Цілі 11. Сталий розвиток міст і громад

Джерело: складено автором

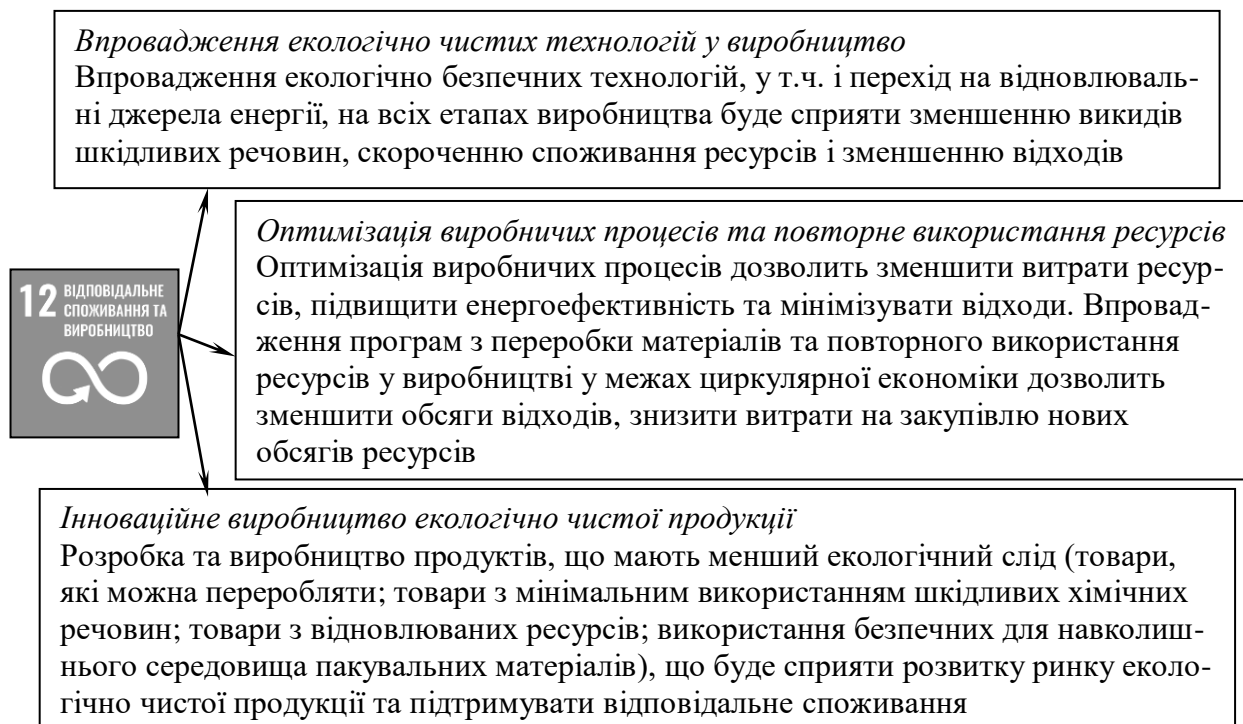


Рис. Е.5. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання задля реалізації

Цілі 12. Відповідальне споживання та виробництво

Джерело: складено автором

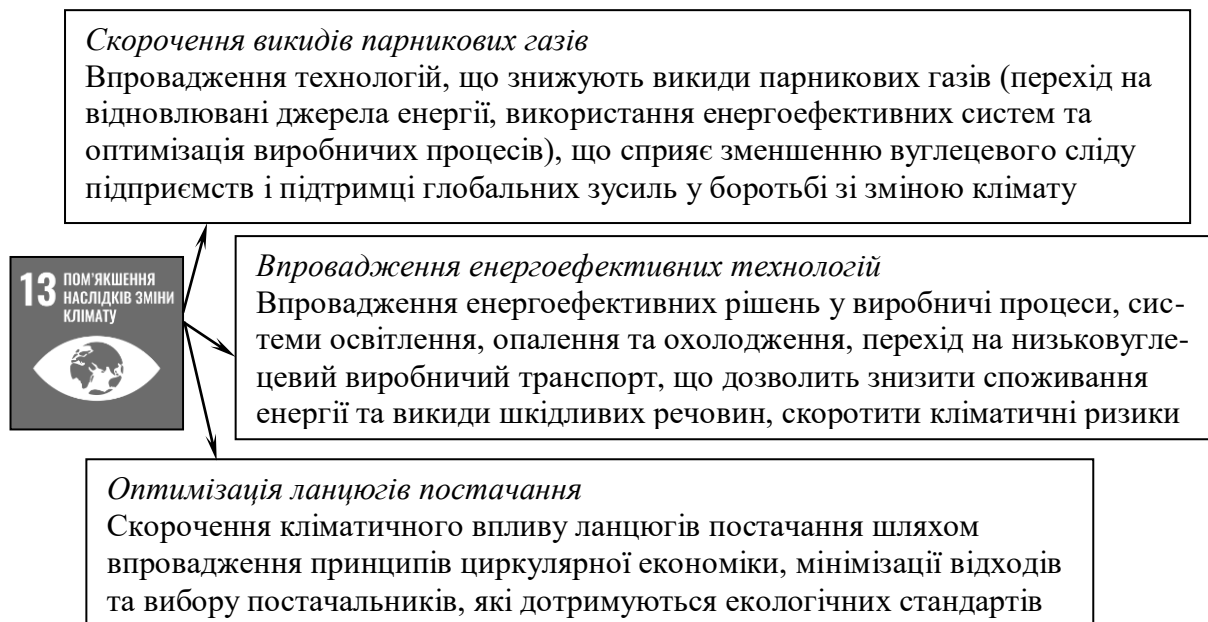


Рис. Е.6. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання задля реалізації

Цілі 13. Пом'якшення наслідків зміни клімату

Джерело: складено автором

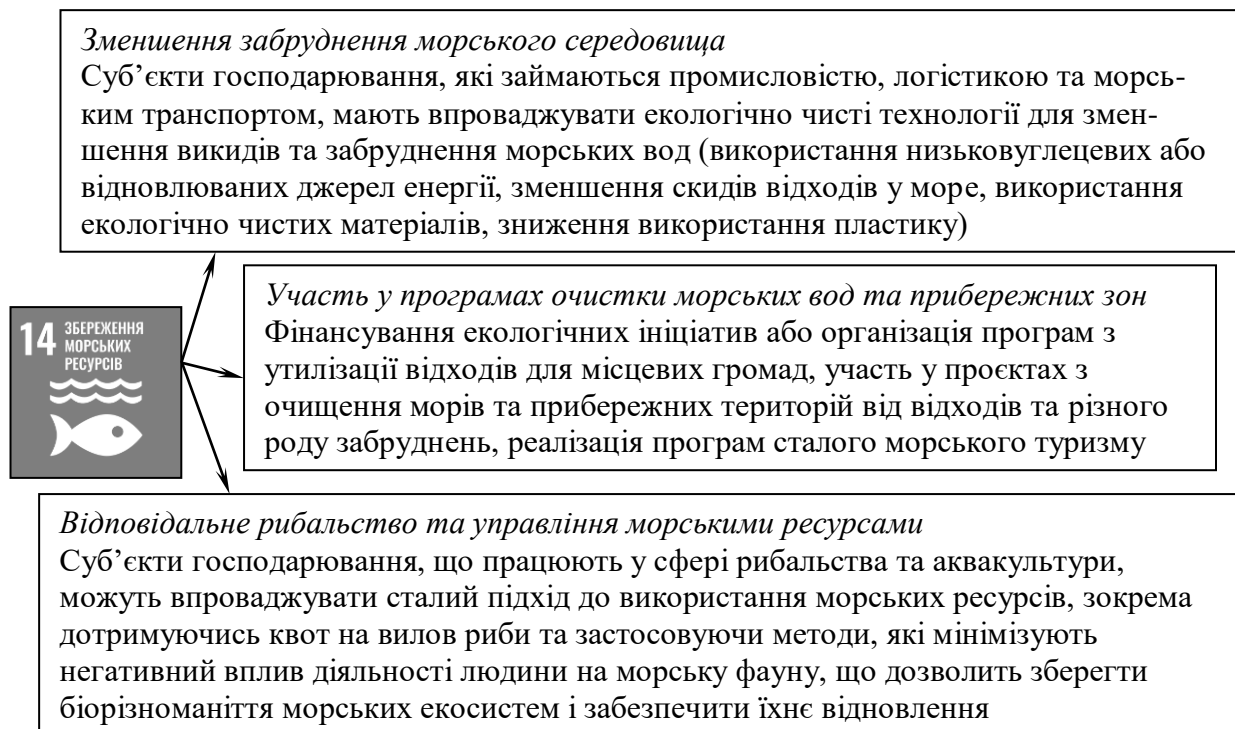


Рис. Е.7. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання задля реалізації Цілі 14. Збереження морських ресурсів

Джерело: складено автором

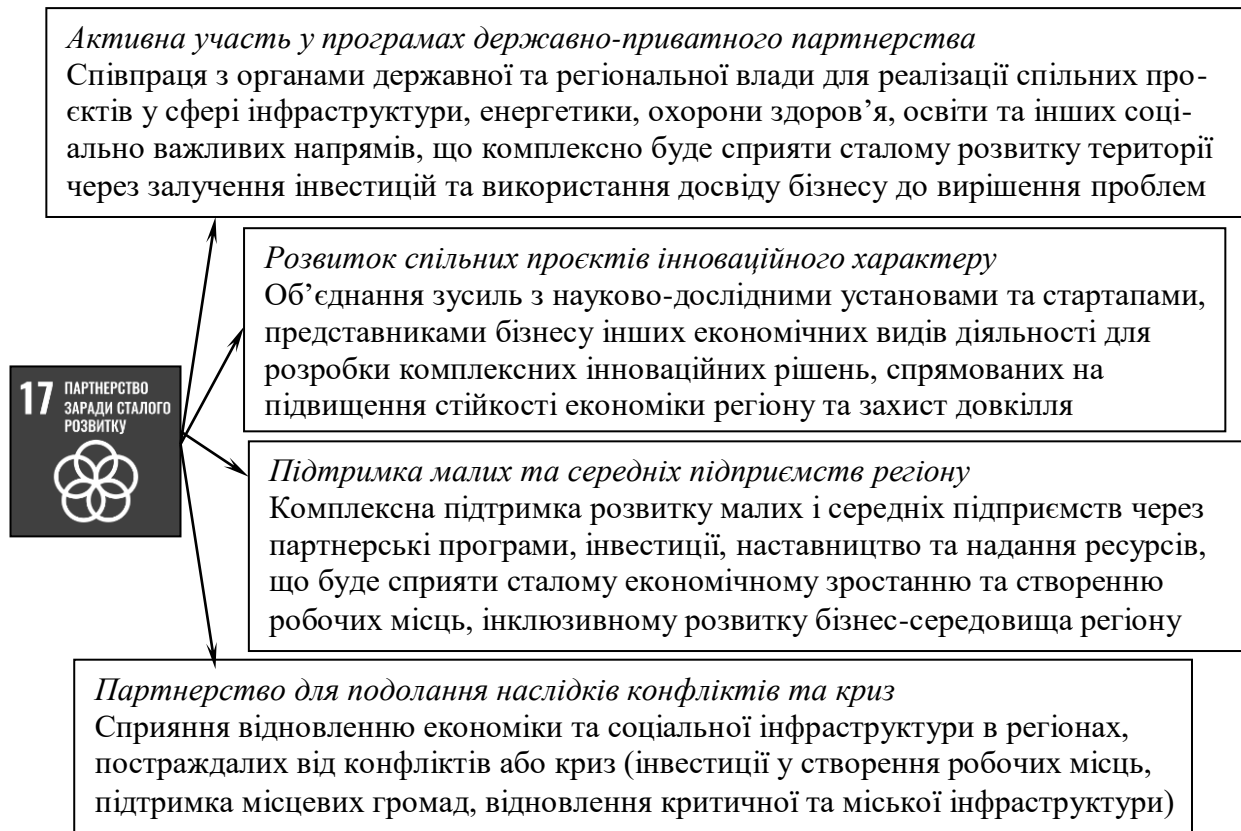


Рис. Е.8. Основні напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання задля реалізації Цілі 17. Партнерство заради сталого розвитку

Джерело: складено автором



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЧДТУ

бул. Шевченка, 460, м. Черкаси, 18006, тел. (0472) 51-36-72, факс (0472) 71-00-94
E-mail : chdtu@chdtu.edu.ua Код ЄДРПОУ 05390336

24.10.2024 № 1085/04-14.01. На № _____ Від _____

ДОВІДКА
про впровадження результатів дисертаційної роботи

Довідка видана Момоту Сергію Вікторовичу про те, що науково-практичні результати, отримані в його дисертаційній роботі являються складовою частиною комплексних науково-дослідних робіт, що виконуються у Черкаському державному технологічному університеті, зокрема за темою «Теорія і практика сталого розвитку: держава, бізнес, громада» (номер державної реєстрації 0120U104957, термін виконання 12.2020-12.2023 рр.), де автором обґрунтовано вплив соціальної відповідальності бізнесу на реалізацію в регіоні Цілей сталого розвитку та розроблено матрицю можливих напрямів реалізації суб'єктами господарювання країни взятих на себе зобов'язань в межах соціальної відповідальності бізнесу відповідно до проголошених глобальних завдань та Цілей сталого розвитку. Впровадження зазначених результатів дослідження створює дієве підґрунтя для мотивації суб'єктів господарювання до реалізації проєктів в межах соціальної відповідальності бізнесу, що стане умовою більш швидкого відродження й оздоровлення регіональної економіки країни в повоєнний період на засадах сталого розвитку.



Ректор

Олег ГРИГОР

023176

Руслан МАНН, 80976279233



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЧДТУ

бул. Шевченка, 460, м. Черкаси, 18006, тел. (0472) 51-36-72, факс (0472) 71-00-94
E-mail : chdtu@chdtu.edu.ua Код ЄДРПОУ 05390336

24.10.2024 № 1086/04-14.01. На № _____ від _____

ДОВІДКА
про впровадження результатів дисертаційної роботи

Довідка видана Момоту Сергію Вікторовичу про те, що науково-практичні результати, отримані в його дисертаційній роботі являються складовою частиною комплексних науково-дослідних робіт, що виконуються у Черкаському державному технологічному університеті, зокрема за темою «Смарт-спеціалізація та інноваційна парадигма розвитку національної економіки: пріоритети та перспективи» (номер державної реєстрації 0121U114146, термін виконання 12.2021-12.2024 рр.), де автором обгрунтовано роль соціальної відповідальності бізнесу у справі подолання в українській економіці соціально-економічних наслідків кризових явищ, викликаних пандемією COVID-19 та повномасштабним військовим вторгненням РФ на територію України. Впровадження зазначених результатів дослідження покликано розширити мережу соціально відповідального бізнесу та сприяти більш тісній співпраці органів регіональної влади з соціально відповідальними суб'єктами господарювання регіону, що в комплексі дозволить підвищити рівень інноваційності регіональної економіки та створить підґрунтя для успішної реалізації проєктів смарт-спеціалізації.



Ректор

Олег ГРИГОР

023177

Олександр БІЛИК, 380975060527



ЧЕРКАСЬКА МІСЬКА РАДА
ДЕПАРТАМЕНТ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ
DEPARTMENT OF SOCIAL POLICY

бульвар Шевченка, 307, м. Черкаси, 18005, тел. (0472) 31 91 00,
e-mail: 37853109@mail.gov.ua, web: dspck.gov.ua
код ЄДРПОУ 37853109

15.10.2024 № 10-11052/24

Д О В І Д К А

про використання результатів дисертаційної роботи

Момота Сергія Вікторовича

на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Методичний підхід до визначення соціальної відповідальності бізнесу як дієвого важеля подолання соціально-економічних наслідків кризових явищ різного характеру використано Управлінням соціальної допомоги та компенсаційних виплат Департаменту соціальної політики Черкаської міської ради як орієнтир при формуванні контурів політики взаємодії з суб'єктами господарювання різної форми власності Черкаського регіону при втіленні у життя завдання щодо забезпечення реалізації державної політики соціального захисту населення у сфері виплати адресних державних соціальних допомог, компенсацій та інших соціальних виплат, встановлених законодавством України. В межах методичного підходу дисертантом також детально проаналізовано соціально-економічні наслідки трьох хвиль потужного зовнішнього впливу на економічну та соціальну сфери України (2014 р. – анексія АР Крим та окупація частини Донецької та Луганської областей; 2020 р. – карантин, викликаний пандемією через COVID-19; 2022 р. – повномасштабний військовий напад РФ на територію України), що дозволило більш чітко окреслити цільові групи громадян м. Черкаси та регіону, які в наслідок дії кожної хвилі потребували соціального захисту, соціальної допомоги та соціального обслуговування. Сформульовані в роботі напрями прояву соціально відповідальної поведінки суб'єктами господарювання України, які були ним продемонстровані в кожну з трьох хвиль, стали основою для налагодження партнерських стосунків з соціально відповідальним бізнесом задля підвищення якості соціальних послуг, що надаються Департаментом населенню.



Заступник директора департаменту –
начальник управління
соціальної допомоги
та компенсаційних виплат

Катерина БІНУСОВА



**ЧЕРКАСЬКА МІСЬКА РАДА
ДЕПАРТАМЕНТ
«ЦЕНТР НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ»**

вул. Благовісна, 170, м. Черкаси, 18002, тел. (073) 058-30-30
web: cnaprk.gov.ua, e-mail: tnaprk@chnr.gov.ua.

Код ЄДРПОУ 44737357

№

0501-18/243

На №

від

12.11.2024

Довідка

про використання результатів дисертаційної роботи
Момота Сергія Вікторовича
на здобуття наукового ступеня доктора філософії

В дисертації узагальнено складові соціальної відповідальності суб'єктів господарювання, орієнтація на які дозволила ґрунтовно охарактеризувати діяльність департаменту «Центр надання адміністративних послуг» Черкаської міської ради як соціально відповідальну та таку, що сприяє сталому розвитку регіону. Департамент «Центр надання адміністративних послуг» Черкаської міської ради в своїй роботі керується конкретними чітко визначеними принципами, які забезпечують виконання широкого спектру запитів населення та бізнесу з мінімальними витратами часу та ресурсів. Принципи «орієнтація на суб'єкта звернення» та «забезпечення рівності прав всіх суб'єктів звернення» корелюються зі складовою соціальної відповідальності «вибір та дотримання суб'єктом господарювання людиноцентристського підходу». Принципи «відкритість, прозорість й зрозумілість процедур» та «забезпечення вільного доступу суб'єктів звернення до інформації про стан розгляду звернень» відповідають складовій соціальної відповідальності «відповідальність перед суспільством за якість продукту». Центр надання адміністративних послуг розташований в приміщенні колишньої тютюнової фабрики, яка функціонувала сто років і надалі її цехи було перебудовано й відремонтовано, та став місцем зустрічей громади, де проходять соціальні, культурні, просвітницькі, волонтерські та інші заходи для територіальної громади, що відповідає виокремленим в дисертації складовим соціальної відповідальності «соціальний розвиток території розташування виробничих потужностей суб'єкта господарювання» та «захист і розвиток культурних цінностей та природного середовища». Запропоновані в дисертації рекомендації щодо активізації соціальної відповідальності суб'єктами господарювання покладено в основу розробки положень стратегічного розвитку діяльності центру з метою підвищення результативності його функціонування.

Заступник директора департаменту



Ігор ВОЛОШИН



УПРАВЛІННЯ ОСВІТИ І НАУКИ
ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ

бульвар Шевченка, 185, м. Черкаси, 18001, тел.: (0472) 33-43-43, факс: (0472) 33-45-30
E-mail: 02141265@ck.gov.ua, uon.choda@gmail.com код згідно з ЄДРПОУ 02141265

07.05.24р. № 11315/02/11-01-01 На № _____ від _____

Довідка
про використання результатів дисертаційної роботи
Момота Сергія Вікторовича
на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Обґрунтовані й систематизовані в дисертаційній роботі С. В. Момота методичні положення щодо можливих напрямів реалізації суб'єктами господарювання взятих на себе зобов'язань, сформульованих в межах концепції соціальної відповідальності бізнесу в розрізі кожної з сімнадцяти Цілей сталого розвитку, було використано Управлінням освіти і науки Черкаської обласної державної адміністрації в процесі підготовки проекту Стратегічного плану розвитку регіональної системи професійної (професійно-технічної) освіти Черкаської області на 2021-2027 роки. Пришвидшити реалізацію в регіоні профільної для діяльності Управління Цілі 4 «Якісна освіта» в роботі пропонується шляхом забезпечення тісної й різнопрофільної співпраці закладів освіти регіону з представниками соціально відповідального бізнесу через втілення в життя програм взаємовигідного партнерства, надання грантів і стипендій суб'єктами господарювання талановитим студентам регіону, створення широких можливостей для професійного розвитку та підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників, розвиток проектної та грантової діяльності, спонсорів представниками бізнесу провідних культурних, освітніх та спортивних заходів, що проводяться на Черкащині. В проєкті Стратегічного плану означені методичні положення знайшли своє відображення при формулюванні операційних цілей та завдань в межах Стратегічної цілі 1. «Покращити якість послуг регіональної системи закладів професійної (професійно-технічної) освіти». Запропоновані в дисертації методичні підходи щодо інструментарію підтримки соціальної відповідальності суб'єктів господарювання також використовуються фахівцями Управління під час моніторингу загальних результатів співпраці закладів освіти регіону та стейкхолдерів в особі бізнесу.

Начальник



Валерій ДАНИЛЕВСЬКИЙ

**ЧЕРКАСЬКА ОБЛАСНА ВІЙСЬКОВА АДМІНІСТРАЦІЯ**

бульвар Шевченка, 185, м. Черкаси, 18001, тел. (0472) 37-33-33, 33-73-13
E-mail: cancelar@ck.gov.ua, код згідно з ЄДРПОУ 00022668

№ _____

На № 1231/04-14.01 від 31.10.2024**ДОВІДКА**

**про використання результатів дисертаційної роботи
Момота Сергія Вікторовича на здобуття наукового
ступеня доктора філософії з економіки**

Методичні положення щодо обґрунтування спектру можливих варіантів реалізації суб'єктами господарювання регіону соціально відповідальної поведінки в межах кожної з сімнадцяти Цілей сталого розвитку використано фахівцями Черкаської обласної державної адміністрації під час виконання пунктів плану реалізації державних і регіональних програм соціально-економічного та культурного розвитку, програм охорони довкілля, програм національно-культурного розвитку.

Пропозиції С. Момота було покладено в основу обґрунтування конкретних заходів, спрямованих на активізацію мотивації суб'єктів господарювання регіону до участі у регіональних ініціативах, орієнтованих на покращення якості життя населення Черкаської області, зменшення екологічного навантаження, покращення якості освіти в регіоні та забезпечення соціальної справедливості.

Комплексна дія означених заходів спрямована на забезпечення тенденцій сталого розвитку Черкаської області в повоєнний період, гармонізацію соціально-економічних процесів та покращення співпраці між державними органами, бізнесом і громадськістю на регіональному рівні, що позитивно вплине на досягнення національних та регіональних цілей розвитку.

Заступник Голови



Олександр ШАМРАЙ

Черкаська обласна державна адміністрація
№ 01/01-42/12689/01/01-42/29822 від 31.10.2024

