**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**
**УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**
**Факультет економіки, підприємництва та інформаційних технологій**

**Кафедра підприємницьких та соціальних технологій**

**Допущено до захисту**
“_____” _____ 2026 р.
Зав. кафедри, д.е.н., професор
_____ **Соколюк С.Ю.**

# КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

## СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Виконав – студент 4 курсу, групи 42-з-сз/а
освітньої програми «Соціальне забезпечення»
спеціальності 232 Соціальне забезпечення
**МЕЛЬНИК Віктор Юрійович**

Науковий керівник – к.е.н., ст. викладач
**ПРИСЯЖНА Людмила Володимирівна**

Умань – 2026

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**
**УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет економіки і підприємництва
Кафедра ___підприємництва та бізнес-технологій_____
Освітня програма __Соціальне забезпечення_____
Спеціальність __232 «Соціальне забезпечення» _____
(код, назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**
**Завідувач кафедри**

_____ _____
(підпис) (ініціали, прізвище)
"_____" _____ 2025 р.

# ЗАВДАННЯ
## НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Студенту ___Мельнику Віктору Юрійовичу_____
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи __Становлення та розвиток соціально відповідального бізнесу в Україні_____
керівник роботи _Присяжна Людмила Володимирівна - к.е.н., ст. викладач___
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від "___"_____20__ року №_____

2. Строк подання студентом роботи _____

3. Вихідні дані до роботи __законодавчі й нормативні акти Верховної Ради України; Кабінету Міністрів України; Державної служби статистики України ;
_____
_____

4. Перелік питань, які потрібно розробити
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ_____
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ_____
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ_____

5. Перелік графічного матеріалу
_____6 таблиць, 4 рисунки_____
_____

6. Консультанти розділів роботи

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата | |
|---|---|---|---|
| | | завдання видав | завдання прийняв |
| | | | |
| | | | |

7. Дата видачі завдання _____

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів роботи | Строк виконання етапів проекту | Примітка |
|---|---|---|---|
| 1. | Вибір теми кваліфікаційної роботи | 15.09.2025 | |
| 2. | Одержання індивідуального завдання | 15.09.2025 | |
| 3. | Складання календарного плану написання кваліфікаційної роботи | 17.09.2025 | |
| 4. | Підготовка до виконання кваліфікаційної роботи<br>- підбір та вивчення літератури<br>- участь у виконанні науково-дослідних робіт<br>- виконання курсових робіт<br>- інші заходи | 17.09.2025-<br>30.12.2025 | |
| 5. | Уточнення теми кваліфікаційної роботи та календарного плану-графіка, виходячи зі специфіки базового підприємства, установи | 15.11.2025 | |
| 6. | Підготовка:<br>- першого розділу<br>- другого розділу<br>- третього розділу<br>- висновків | лютий 2026<br>березень 2026<br>квітень 2026<br>травень 2026 | |
| 7. | Доопрацювання кваліфікаційної роботи з урахування зауважень наукового керівника | 11.05.2026 | |
| 8. | Написання та оформлення роботи в остаточному варіанті | 28.05.2026 | |
| 9. | Перевірка роботи на академічний плагіат | 08.06.2026 | |
| 10. | Одержання відгуку наукового керівника | 09.06.2026 | |
| 11. | Попередній захист роботи на кафедрі | 10.06.2026 | |
| 12. | Затвердження роботи завідувачем кафедри | 12.06.2026 | |
| 13. | Одержання рецензії | 12.06.2026 | |
| 14. | Захист кваліфікаційної роботи | 19.06.2026 | |

**Студент** _____ Мельник В.Ю.
(підпис) (прізвище та ініціали)

**Керівник роботи** _____ Присяжна Л.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

**РЕФЕРАТ**

**на кваліфікаційну роботу бакалавра «Становлення та розвиток соціально відповідального бізнесу в Україні»**

студента факультету економіки, підприємництва та інформаційних технологій Уманського національного університету

**Мельника Віктора Юрійовича**

В умовах глобалізації, посилення соціальних та екологічних викликів, а також необхідності забезпечення сталого розвитку держави особливого значення набуває впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності в діяльність суб'єктів господарювання.

У роботі розглянуто сутність і зміст поняття соціальної відповідальності бізнесу, досліджено основні етапи її розвитку та міжнародні підходи до реалізації. Проаналізовано сучасні тенденції її впровадження на вітчизняних підприємствах та вплив на соціально-економічний розвиток країни.

Особливу увагу приділено проблемам розвитку соціально відповідального бізнесу в умовах воєнного стану, економічної нестабільності та трансформації ринкового середовища. Визначено перспективні напрями вдосконалення механізмів державної підтримки та стимулювання підприємств до реалізації соціально відповідальних практик.

Об'єктом дослідження є процес розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні.

Предметом дослідження є сукупність економічних, соціальних та організаційних відносин, що виникають у процесі формування та реалізації соціальної відповідальності бізнесу.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних засад, сучасного стану та перспектив розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Об'єм роботи - 46 друкованих аркушів. Робота містить 6 таблиць, 4 рисунки. В процесі виконання використано 46 наукових праць і електронних джерел.

## Анотація

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні засади, сучасний стан та перспективи розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні. Розкрито сутність поняття соціальної відповідальності бізнесу, проаналізовано сучасні практики її реалізації українськими підприємствами. Особливу увагу приділено трансформації корпоративної соціальної відповідальності в умовах воєнного стану та ролі бізнесу у підтримці працівників, громад і держави. Визначено основні проблеми розвитку соціально відповідального бізнесу та запропоновано напрями вдосконалення механізмів його підтримки.



*Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність, сталий розвиток, підприємство,* соціальні програми, *бізнес-середовище, громада.*



## The summary

The qualification work explores the theoretical foundations, current state and prospects for the development of socially responsible business in Ukraine. The essence of the concept of social responsibility of business is revealed, the regulatory framework and modern practices of its implementation by Ukrainian enterprises are analyzed. Special attention is paid to the transformation of corporate social responsibility in the conditions of martial law and the role of business in supporting employees, communities and the state. The main problems of the development of socially responsible business are identified and directions for improving its support mechanisms are proposed.



*Keywords: business social responsibility, corporate social responsibility, sustainable development, enterprise, social programs, business environment, community.*

**ЗМІСТ**

**ВСТУП** 7

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ** 9

**РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ** 19

2.1. Сучасні практики реалізації соціальної відповідальності українськими підприємствами 19

2.2. Розвиток соціально відповідального бізнесу України в умовах війни 26

**РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ** 32

**ВИСНОВКИ** 39

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ** 41

# ВСТУП

Сучасний розвиток економіки характеризується посиленням ролі бізнесу у вирішенні соціальних, екологічних та економічних проблем суспільства. У цих умовах соціальна відповідальність бізнесу стає важливим чинником забезпечення сталого розвитку, підвищення конкурентоспроможності підприємств та зміцнення їхньої репутації. Відповідальне ставлення бізнесу до працівників, споживачів, місцевих громад і навколишнього середовища сприяє формуванню довіри між усіма учасниками економічних відносин та забезпечує довгострокову стабільність господарської діяльності.

Для України питання розвитку соціально відповідального бізнесу набуває особливої актуальності в умовах воєнних викликів, економічної нестабільності та необхідності повоєнного відновлення країни. Значна частина підприємств бере активну участь у підтримці працівників, місцевих громад, внутрішньо переміщених осіб, реалізації гуманітарних та благодійних проєктів. Водночас існує потреба у вдосконаленні механізмів стимулювання соціально відповідальної діяльності, поширенні міжнародних стандартів корпоративної соціальної відповідальності та формуванні сприятливого інституційного середовища для їх впровадження.

В умовах сучасних економічних і суспільних викликів бізнес дедалі частіше стикається з необхідністю реагувати на актуальні соціальні проблеми. У зв’язку з цим особливого значення набуває врахування суспільних інтересів та дотримання принципів сталого розвитку. Згідно з цією концепцією, під час ухвалення стратегічних і поточних управлінських рішень підприємства мають орієнтуватися не лише на отримання прибутку та досягнення економічних результатів, а й оцінювати довгострокові соціальні та екологічні наслідки своєї діяльності. Одним із найбільш дієвих і перевірених на практиці механізмів забезпечення сталого розвитку підприємств виступає корпоративна соціальна відповідальність, яка сприяє гармонізації інтересів бізнесу,

суспільства та навколишнього середовища [30].

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних засад, сучасного стану та перспектив розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні, а також розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності його функціонування.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- дослідити теоретичні основи соціальної відповідальності бізнесу;
- дослідити нормативно-правове забезпечення соціально відповідального бізнесу в Україні;
- оцінити сучасний стан і тенденції розвитку соціально відповідального бізнесу;
- виявити основні проблеми впровадження принципів соціальної відповідальності;
- обґрунтувати перспективні напрями розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні.

Об’єктом дослідження є процес формування та розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти реалізації принципів соціальної відповідальності у діяльності підприємств.

Методи дослідження. У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема аналіз і синтез, індукцію та дедукцію, системний підхід, порівняльний аналіз, статистичні методи та графічний метод.

Інформаційною базою дослідження стали законодавчі та нормативні акти України, матеріали міжнародних організацій, статистичні дані, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, аналітичні звіти та офіційні публікації.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Соціальна відповідальність являє собою комплекс принципів, дій і зобов'язань, яких дотримується підприємство з метою здійснення позитивного впливу на суспільство та навколишнє середовище. Вона охоплює не лише економічні аспекти діяльності, а й етичні, соціальні та екологічні вимоги, що виходять за межі традиційного ведення бізнесу. У сучасних умовах господарювання підприємства дедалі частіше інтегрують принципи соціальної відповідальності у свою стратегію розвитку, розглядаючи їх як важливий чинник довгострокового успіху. Такий підхід передбачає забезпечення належних умов праці, дотримання екологічних стандартів, підтримку соціальних ініціатив та відповідальне ставлення до всіх зацікавлених сторін.

Соціальна відповідальність сьогодні є невід'ємною характеристикою ефективного та конкурентоспроможного бізнесу. Вона передбачає усвідомлення підприємством своєї ролі у суспільстві та прийняття зобов'язань щодо захисту інтересів громадян. Згідно з концепцією соціально відповідального бізнесу, керівництво компанії під час ухвалення управлінських рішень повинно враховувати не лише фінансові результати та зростання ринкової вартості підприємства, а й потреби працівників, споживачів, місцевих громад та суспільства в цілому [24].

Світова практика свідчить про поступове поширення принципів соціальної відповідальності в діяльності підприємств. Важливо зазначити, що реалізація таких заходів здебільшого має добровільний характер і ґрунтується на усвідомленні бізнесом своєї відповідальності перед суспільством і довкіллям за наслідки господарської діяльності. Саме тому багато компаній розглядають соціальну відповідальність як складову корпоративної культури та стратегії сталого розвитку [21].

Разом із тим соціальна відповідальність ще не стала загальноприйнятою практикою для всіх суб'єктів господарювання. Частина підприємств

ототожнює її виключно з благодійною діяльністю, вважаючи достатнім проведення окремих благодійних заходів. Однак соціальна відповідальність бізнесу є значно ширшим поняттям, ніж благодійність, оскільки охоплює системний підхід до управління економічними, соціальними та екологічними аспектами діяльності підприємства. Для підтвердження цього доцільно розглянути основні відмінності між соціальною відповідальністю бізнесу та благодійністю (табл. 1.1) [30].

*Таблиця 1.1*

**Відмінності між соціальною відповідальністю бізнесу та благодійністю**

| Соціальна відповідальність бізнесу | Благодійність |
|---|---|
| Залученість | |
| Активна участь на кожному етапі вирішення питання: дослідження, розробка стратегії, прийняття відповідальності за результат | Проста схема участі шляхом передачі грошових коштів, інших ресурсів конкретній організації або людині, яка має в них потребу |
| Цільове призначення | |
| Системне вирішення проблеми, яка існує в суспільстві, з впровадженням певних змін | Точкова допомога певному суб'єкту – організації або людині, не втручаючись у встановлений порядок справ |
| Участь у прийнятті рішень | |
| Учасниками є весь персонал компанії, причому співробітники часто самі стають «драйверами» соціальних ініціатив і одночасно – їх виконавцями | Учасниками є лише власники і вище керівництво компанії, у кращому випадку – HR або піарник. |
| Стратегічність | |
| Довгострокова покрокова стратегія щодо вирішення проблеми з чіткими проміжними цілями, які спрямовані на поліпшення | Майже завжди спонтанна, разова або короткострокова ініціатива, або тривала точкова допомога |
| Принцип win/win | |
| Вигода закладена для всіх учасників, в тому числі – для самої компанії | Вигода не передбачена, є благодійник і облагодіяний |
| Залежність від зовнішніх обставин | |
| Ні зовнішні кризи, ні фінансове становище компанії не впливають на її стратегію соціальної відповідальності | Під час кризи на перше місце виходить виживання компанії, а тому благодійні проєкти заморожуються |
| Інтегративність | |
| Принципи соціальної відповідальності інтегруються в щоденну профільну діяльність | Благодійні проєкти не пов'язані з профільною діяльністю |
| Звітність | |
| Постійний моніторинг і звітність про витрати і результати за кожним окремим напрямком | Звітність не є обов'язковою |

Соціальна відповідальність підприємства є складною та багатогранною категорією, що зумовлює існування різних наукових підходів до трактування її сутності. Багатоаспектність цього поняття вимагає розгляду різних концепцій і наукових поглядів щодо його змісту та практичного значення для сучасного бізнесу[30].

Поняття соціальної відповідальності можна розглядати як сукупність моральних норм і принципів, відповідно до яких окремі особи або організації добровільно беруть на себе обов'язок діяти в інтересах суспільства та сприяти

його розвитку. Якщо діяльність суб'єкта господарювання або окремої особи створює негативний вплив на соціальне середовище чи природні ресурси, така поведінка вважається соціально безвідповідальною. Відповідно до цього підходу, управлінські рішення мають бути спрямовані не лише на отримання економічної вигоди, а й на врахування інтересів громадськості та забезпечення суспільного добробуту [21].

На думку М. Бугаєвої, соціальна відповідальність являє собою комплексну систему взаємопов'язаних механізмів управління ресурсами підприємства, спрямованих на гармонізацію інтересів різних груп стейкхолдерів. Головною метою такого підходу є забезпечення стабільного розвитку підприємства та усвідомлення відповідальності осіб, які приймають управлінські рішення, перед усіма суб'єктами, на яких ці рішення впливають [24, с. 138].

О. Руденко, О. Кондратюк та А. Горєва розглядають соціальну відповідальність як добровільну, систематичну та ініціативну діяльність суб'єктів господарювання, спрямовану на формування ефективних взаємовідносин із суспільством, державними інституціями, партнерами та населенням. Така діяльність покликана забезпечити узгодження економічних, соціальних, фінансових та етичних інтересів усіх зацікавлених сторін на взаємовигідних засадах і сприяти досягненню як економічних, так і соціальних результатів [34].

Науковці О. Ареф'єва та Н. Коваленко визначають соціальну відповідальність бізнесу як універсальну форму взаємодії між бізнесом, державою, суспільством та його інституціями, яка дає змогу оцінювати вплив господарської діяльності на суспільний розвиток і враховувати її наслідки під час прийняття управлінських рішень [2].

У працях Амосова О. Ю. соціальна відповідальність бізнесу трактується як філософія підприємницької діяльності та система цінностей, на основі яких компанії вибудовують свою поведінку з орієнтацією на принципи сталого розвитку, раціонального використання ресурсів і забезпечення потреб

майбутніх поколінь. У сучасних умовах питання формування та розвитку соціальної відповідальності бізнесу набуває особливої актуальності та потребує дедалі більшої уваги з боку підприємницького середовища [1].

Узагальнюючи наведені підходи, можна стверджувати, що соціальна відповідальність підприємства спрямована на забезпечення позитивного впливу на соціально-економічне середовище його функціонування. Реалізація принципів соціальної відповідальності сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства, зміцненню його ділової репутації, формуванню позитивного іміджу та досягненню довгострокових економічних результатів.

Водночас в Україні досі відсутній єдиний базовий нормативно-правовий акт, який би комплексно регламентував сферу соціальної відповідальності бізнесу, визначав механізми її реалізації та створював дієві стимули для залучення підприємців до виконання соціальних функцій. На сьогодні основним документом державного рівня є затверджена Кабінетом Міністрів України у 2020 році «Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року» [32].

Зазначена Концепція передбачає впровадження комплексу заходів щодо популяризації та поширення практик соціально відповідального бізнесу. Разом із тим документ не містить достатньо чітких механізмів реалізації та практичних інструментів розвитку цього напряму, що певною мірою стримує активне залучення підприємницьких структур до реалізації соціальних проєктів та розширення практики соціальної відповідальності в діловому середовищі.

Відповідно до положень Концепції, соціально відповідальний бізнес визначається як така модель господарської діяльності, за якої суб’єкти підприємництва усвідомлюють вплив своїх рішень і дій на суспільство та навколишнє природне середовище, сприяють досягненню цілей сталого розвитку та підвищенню добробуту населення, враховують очікування

суспільства і зацікавлених сторін, діють відповідно до чинного законодавства та міжнародних норм поведінки, а принципи соціальної відповідальності інтегрують у всі напрями своєї діяльності [32].

Положення Концепції підтверджують, що впровадження принципів соціальної відповідальності є добровільним вибором суб'єкта господарювання. При цьому документ визначає низку пріоритетних напрямів, реалізація яких сприятиме поширенню практик соціально відповідального бізнесу в Україні [32].

1) передбачається надання підприємствам практичних рекомендацій щодо формування ефективної системи охорони праці, забезпечення безпеки виробничих процесів та захисту навколишнього природного середовища. Водночас суб'єктам господарювання пропонується долучатися до вдосконалення нормативно-правової бази у сфері охорони праці та розроблення документів, що регулюють питання поводження з виробничими відходами.

2) Концепція орієнтує бізнес на підвищення рівня відкритості та прозорості діяльності шляхом оприлюднення на офіційних вебресурсах фінансової й нефінансової звітності, інформації про стратегічні цілі розвитку підприємства та результати їх досягнення.

3) важливим напрямом визначено створення сприятливих умов для співпраці між органами державної влади, органами місцевого самоврядування та представниками бізнесу. Така взаємодія має бути спрямована на протидію корупційним проявам, захист прав споживачів від недобросовісної конкуренції та шахрайських дій, а також забезпечення прозорості податкових відносин.

4) Концепція наголошує на необхідності проведення інформаційно-просвітницьких заходів, спрямованих на популяризацію принципів корпоративної соціальної відповідальності серед представників підприємницького середовища.

5) одним із важливих завдань є стимулювання інноваційної активності

підприємств, оновлення виробничих потужностей, модернізація техніко-технологічної бази та впровадження сучасних інноваційних рішень у виробничі процеси.

6) передбачається поширення серед українських підприємств кращих міжнародних практик ведення соціально відповідального бізнесу та впровадження принципів, спрямованих на досягнення Цілей сталого розвитку [32].

У сучасних умовах соціальна відповідальність підприємства розглядається як комплексна багаторівнева система, що об'єднує низку взаємопов'язаних складових і формує цілісну модель відповідального ведення бізнесу. Узагальнення наукових підходів дає можливість виділити основні елементи структури соціальної відповідальності підприємств, до яких належать економічна, правова, етична, філантропічна та екологічна відповідальність (рис. 1.1).




**Рис. 1.1. Елементи моделі соціальної відповідальності бізнесу[16]**

Економічна складова є базовим елементом соціальної відповідальності, оскільки забезпечує фінансову стійкість підприємства, його прибутковість, конкурентоспроможність та здатність до інноваційного розвитку. Саме ефективна економічна діяльність створює необхідні ресурси для реалізації

соціальних і екологічних ініціатив[10].

Правова відповідальність полягає у безумовному дотриманні вимог чинного законодавства, галузевих стандартів та нормативно-регуляторних актів, що визначають правила ведення господарської діяльності.

Етична відповідальність підприємства передбачає дотримання загальновизнаних моральних принципів і суспільних очікувань навіть у тих випадках, коли такі вимоги не закріплені законодавчо. Філантропічна складова соціальної відповідальності виявляється через добровільну участь бізнесу в благодійній діяльності, реалізації соціальних програм, підтримці місцевих громад, культурних, освітніх та гуманітарних ініціатив. У сучасних умовах структура соціальної відповідальності доповнюється екологічною складовою, значення якої постійно зростає через загострення кліматичних проблем, необхідність раціонального використання природних ресурсів та впровадження принципів сталого розвитку. Вона включає ефективне управління відходами, енергозбереження, мінімізацію негативного впливу на довкілля та інтеграцію екологічних стандартів у виробничі процеси [22].

Таким чином, соціальна відповідальність підприємства є цілісною системою, в якій економічні, правові, етичні, філантропічні та екологічні елементи взаємодіють між собою, формуючи стабільну модель відповідальної корпоративної поведінки.

Особливого значення в сучасних умовах набуває екологічна відповідальність, що обумовлено глобальними кліматичними змінами, обмеженістю природних ресурсів та необхідністю переходу до циркулярної економіки. Зазначений напрям охоплює використання екологічно безпечних технологій, скорочення викидів парникових газів, зменшення вуглецевого сліду, а також дотримання екологічних стандартів на всіх етапах господарської діяльності - від виробництва до логістики та споживання продукції. У цьому контексті дедалі більшого поширення набуває ESG-підхід (Environmental, Social, Governance), який передбачає інтеграцію екологічних, соціальних та управлінських аспектів у систему корпоративного

менеджменту [17].

Сучасні наукові дослідження розглядають соціальну відповідальність підприємства як багатовимірну систему, що поєднує економічний, соціальний, екологічний та управлінський напрями розвитку підприємства [17; 20].

Узагальнюючи існуючі підходи, можна стверджувати, що соціальна відповідальність підприємств не обмежується виконанням законодавчих норм або моральних зобов'язань. Вона являє собою стратегічну концепцію ведення бізнесу, яка враховує вплив діяльності підприємства на суспільство, економіку та довкілля. Такий підхід передбачає активну участь суб'єктів господарювання у вирішенні соціальних, екологічних і економічних проблем, створення безпечних та справедливих умов праці, підтримку розвитку місцевих громад, врахування інтересів споживачів і мінімізацію негативного впливу на навколишнє середовище [22; 36].

Науковець А. Хімченко пропонує класифікувати підходи до розуміння сутності соціальної відповідальності бізнесу за кількома основними напрямами.

Перший підхід - інструментальний. Відповідно до нього підприємство розглядається як інструмент створення економічної цінності, а соціальна діяльність спрямовується насамперед на досягнення економічних результатів. Основним завданням бізнесу є виробництво товарів і послуг, створення робочих місць та забезпечення прибутковості для власників. Представники цього підходу вважають, що довгострокова максимізація прибутку є найважливішим проявом відповідальності бізнесу, оскільки сприяє врахуванню інтересів як акціонерів, так і інших зацікавлених сторін.

Другий підхід базується на концепції політичного впливу підприємства. Його прихильники виходять із того, що бізнес має значні можливості впливати на суспільні процеси, а тому повинен використовувати цей вплив відповідально. Соціальна сила підприємства проявляється у здатності брати участь у вирішенні актуальних суспільних проблем та сприяти соціальному розвитку незалежно від діяльності політичних інститутів.

Третій підхід орієнтований на соціальні запити суспільства. У його межах підприємство повинно постійно аналізувати потреби різних соціальних груп і відповідати на них через власну діяльність, що сприяє зміцненню його ринкових позицій та суспільної довіри.

Четвертий підхід ґрунтується на етичних засадах. Його сутність полягає у визнанні морального обов'язку бізнесу та управлінського персоналу перед суспільством. У центрі уваги перебувають питання справедливості, доброчесності, чесності та відповідального ставлення до всіх учасників економічних відносин [41].

На думку А. Хімченка, жоден із зазначених підходів окремо не здатний повною мірою відобразити зміст соціальної відповідальності бізнесу. Найбільш обґрунтованим є їх комплексне поєднання, оскільки соціальна відповідальність охоплює економічні, політичні, моральні та етичні аспекти діяльності підприємства [41].

На основі аналізу сутності соціальної відповідальності бізнесу можна виокремити низку фундаментальних принципів, на яких ґрунтується її реалізація.

Першим принципом є відкритість, що передбачає прозорість соціальної діяльності підприємства, доступність інформації про реалізовані програми та можливість ознайомлення зацікавлених сторін із результатами їх виконання.

Другий принцип - системність. Він означає, що заходи соціальної відповідальності мають бути інтегровані в загальну систему управління підприємством та реалізовуватися на постійній основі.

Третім принципом виступає достовірність. Соціально відповідальні компанії повинні забезпечувати об'єктивність і правдивість інформації щодо своєї діяльності, уникаючи перебільшення власних досягнень і маніпулювання громадською думкою.

Четвертий принцип - регулярність. Соціальні програми, благодійні акції та громадські ініціативи повинні мати постійний характер і бути невід'ємною частиною діяльності підприємства. Після початку повномасштабної війни

український бізнес значною мірою переорієнтував соціальну відповідальність на підтримку Збройних Сил України, допомогу внутрішньо переміщеним особам та громадянам, які постраждали від воєнних дій [9].

На розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні впливає низка економічних, соціальних та інституційних факторів. Серед них важливе місце займає структура національної економіки, у якій значну роль відіграють підприємства важкої промисловості. Вагомий вплив також мають іноземні інвестиції, які сприяють поширенню міжнародних стандартів ведення соціально відповідального бізнесу.

Суттєвим чинником залишається недостатня ефективність системи соціального захисту населення, що часто спонукає підприємства брати участь у підтримці закладів освіти, охорони здоров'я та соціальної інфраструктури. Негативний вплив чинять надмірне регуляторне навантаження, поширення тіньової зайнятості та приховування реальних доходів суб'єктів господарювання.

Серед стримуючих факторів також варто виділити недостатній рівень інституційної підтримки соціальної відповідальності, зокрема відсутність спеціалізованих державних органів і недостатній розвиток громадських організацій, які могли б сприяти впровадженню відповідних стандартів та методик. Важливим чинником є й стан трудового законодавства, що характеризується порушеннями трудових прав працівників, високим рівнем безробіття, недостатнім соціальним захистом на ринку праці та обмеженими можливостями зайнятості окремих категорій населення, зокрема жінок [33].

# РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

## 2.1. Сучасні практики реалізації соціальної відповідальності українськими підприємствами

У сучасних умовах соціальна відповідальність бізнесу в Україні набуває дедалі більшого значення та стає важливим елементом корпоративної стратегії підприємств. Під впливом глобалізаційних процесів, євроінтеграційного курсу держави та викликів воєнного часу українські компанії активно впроваджують принципи соціальної відповідальності, спрямовані на забезпечення сталого розвитку, підтримку працівників, громад і суспільства загалом.

Провідні компанії світового рівня розглядають корпоративну соціальну відповідальність не лише як окремий напрям діяльності, а як важливий елемент загальної стратегії розвитку. Вони інтегрують вирішення актуальних соціальних проблем у свої бізнес-процеси, оскільки практика КСВ сприяє зміцненню конкурентних позицій на ринку. Впровадження принципів соціальної відповідальності забезпечує підприємствам низку переваг, серед яких підвищення ділової репутації, зміцнення довіри та лояльності споживачів, оптимізація витрат і покращення фінансових результатів діяльності. Водночас позитивний ефект від реалізації соціально відповідальних ініціатив поширюється не лише на самі компанії, а й на широке коло зацікавлених сторін, зокрема державу, місцеві громади та суспільство загалом. Основні вигоди від впровадження КСВ для підприємств і суспільства наведено в таблиці 2.1 [12].

Результати численних соціологічних та економічних досліджень підтверджують ефективність корпоративної соціальної відповідальності та її позитивний вплив на рівень конкурентоспроможності компаній.

*Таблиця 2.1*

**Переваги компанії і суспільства від впровадження компанією корпоративної соціальної відповідальності в різних сферах[12]**

| Блоки КСВ в бізнес-практиках | Сфери КСВ | Переваги для Компаній | Переваги для суспільства |
|---|---|---|---|
| РИНОК | Корпоративне управління | Створення безпечного середовища для функціонування і розвитку компанії | Підтримка громадських ініціатив і проектів, розвиток соціальної активності населення |
| | Чесні операційні практики | Відповідність нормам і стандартам світової економічного співробітництва, чесна ділова практика | Якісна і безпечна продукція справедливі ціни, мінімізація проявів корупції |
| | Відносини зі споживачами | Підвищення довіри громадськості до діяльності компанії, прихильність споживачів | Етичне ставлення до споживачів, підвищення довіри і лояльності |
| ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ | Відносини з працівниками | Підвищення професіоналізму кадрів, працівниками забезпечення лояльності персоналу, створення спільних цінностей | Можливість надання цільової допомоги тим, хто її потребує |
| | Права людини | Відсутність правових та судових ускладнень, створення позитивного іміджу компанії | Забезпечення і захист прав людини, недопущення дискримінації |
| ДОВКІЛЛЯ | Екологічні практики | Запобігання конфліктів з владою і громадою, покращення репутації компанії на внутрішньому та зовнішньому ринках | Виробництво екологічно чистої продукції, залучення громадськості до екологічних ініціатив, збереження здоров'я населення |
| РОЗВИТОК СУСПІЛЬСТВА | Розвиток і партнерство з громадами | Забезпечення суспільної репутації організації | Встановлення партнерських відносин в системі бізнес-уряд-громада, підвищення довіри до підприємства |

Зокрема, дослідження засвідчують, що підприємства, які сумлінно виконують свої соціальні зобов'язання перед суспільством, демонструють кращі результати діяльності за більшістю ключових показників порівняно з компаніями, які не приділяють належної уваги питанням КСВ. За даними Інституту бізнес-етики, середній рівень доходів таких компаній є приблизно

на 18 % вищим.

Крім того, близько 80 % молодих спеціалістів надають перевагу працевлаштуванню в організаціях, діяльність яких має позитивний вплив на довкілля. Високий рівень суспільної довіри також характерний для соціально відповідальних підприємств: їм довіряють 83 % опитаних споживачів. Важливе значення КСВ має й для формування прихильності персоналу. Так, дев'ять із десяти працівників, які позитивно оцінюють корпоративні соціальні програми своїх роботодавців, характеризуються високим рівнем лояльності до компанії. Водночас 75 % співробітників переконані, що їхні роботодавці щиро зацікавлені у їхньому добробуті та професійному розвитку [12].

Більшість компаній визначають моральні міркування компанії одним із основних чинників, що спонукають бізнес здійснювати соціально відповідальні заходи. Враховуючи недостатній рівень мотивації серед фінансових чинників, які збільшують прибуток підприємства, значна частина бізнесів не знаходять у впровадженні соціальній відповідальності ніяких переваг (рис. 2.1).

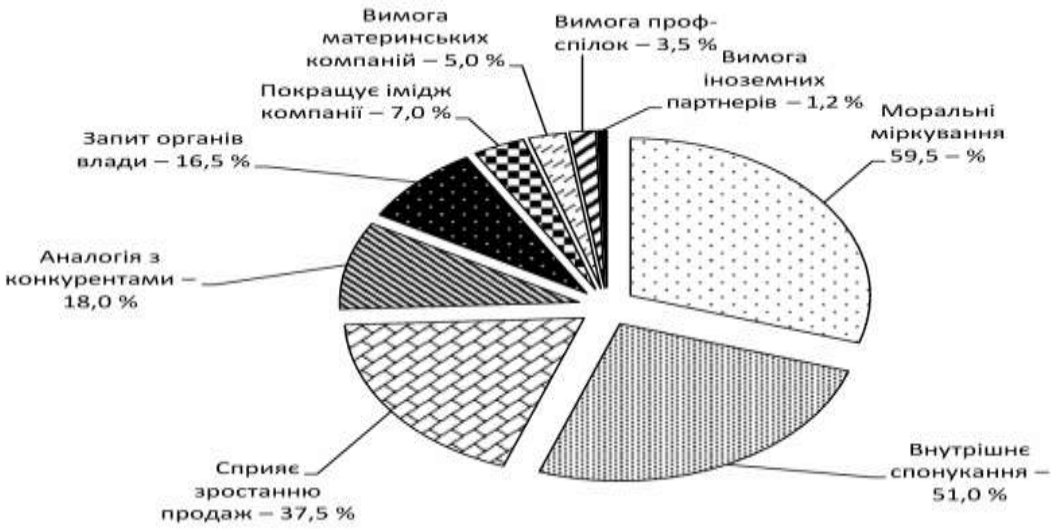



**Рис. 2.1. Чинники мотивації бізнесу здійснювати соціально відповідальні заходи**

Однією з найпоширеніших практик соціальної відповідальності бізнесу є реалізація програм підтримки персоналу. Багато підприємств забезпечують працівникам добровільне медичне страхування, організовують профілактичні

медичні огляди, впроваджують програми психологічної підтримки та створюють безпечні умови праці. Важливим напрямом соціальної відповідальності є інвестиції у розвиток людського капіталу. Українські компанії організовують навчальні програми, корпоративні університети, тренінги, стажування та програми підвищення кваліфікації. Такі заходи сприяють професійному розвитку працівників, підвищенню продуктивності праці та формуванню кадрового потенціалу підприємств[26].

Комплексний підхід до впровадження соціальної відповідальності бізнесу та його вплив на соціально-трудові відносини на підприємстві представлено на рисунку 2.2, де визначені напрями і засоби розвитку, а саме: розвиток персоналу; матеріально-грошове забезпечення працівників; соціальна захищеність; забезпеченість та структура персоналу; продуктивність і ефективність праці; стабільність кадрів [27].

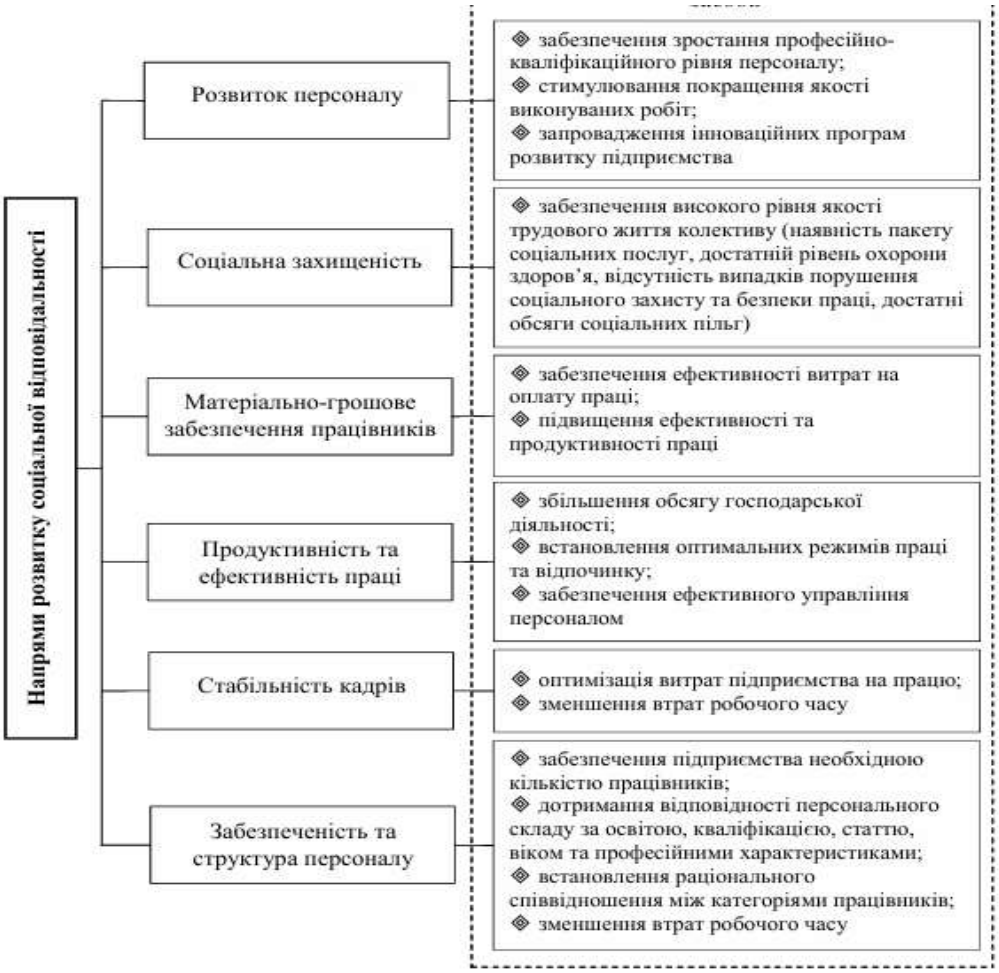



**Рис. 2.2. Реалізація програм соціальної відповідальності направлених на підтримку персоналу**

Особливого значення набувають заходи щодо підтримки ментального здоров’я працівників, розвитку корпоративної культури та забезпечення балансу між професійним і особистим життям.

Сучасна практика КСВ також передбачає активну взаємодію бізнесу з місцевими громадами. Підприємства беруть участь у реалізації соціальних, освітніх, культурних та інфраструктурних проєктів. Значна увага приділяється розвитку територій присутності через фінансування ремонтів закладів освіти та охорони здоров’я, модернізацію громадських просторів, підтримку місцевих ініціатив та громадських організацій.

Особливої актуальності набули благодійні та гуманітарні програми. В умовах воєнного стану український бізнес активно долучається до підтримки Збройних Сил України, ветеранів, внутрішньо переміщених осіб та постраждалого населення. Підприємства надають гуманітарну допомогу, фінансують закупівлю обладнання, забезпечують соціальний супровід військовослужбовців та членів їхніх сімей, сприяють реінтеграції ветеранів у трудову діяльність.

Екологічна відповідальність також є невід’ємною складовою сучасних практик КСВ. Українські компанії впроваджують енергоощадні технології, здійснюють заходи з раціонального використання природних ресурсів, скорочення викидів забруднюючих речовин та управління відходами. Поширюється практика екологічного аудиту, екологічної сертифікації виробництва та реалізації програм озеленення територій [25].

Серед українських компаній, які активно впроваджують принципи соціальної відповідальності, можна виділити МХП, ДТЕК, Київстар, Нова пошта та Метінвест. Їхні соціальні програми охоплюють підтримку працівників, розвиток громад, благодійність, освіту, охорону здоров’я та екологічні ініціативи.

Прикладом соціально відповідального бізнесу є компанія МХП.

Місія соціальної відповідальності МХП - бізнес успішний тоді, коли живе в успішному соціумі. Саме тому до бізнес-цілей компанії МХП входять

соціальна, економічна та екологічна стійкість.

Підвищення добробуту, а також якості життя працівників – це більше ніж робоче місце та дотримання всіх соціальних гарантій, це якість життя в громаді, де вони мешкають. Саме тому компанія бере на себе відповідальність мінімізувати вплив від своєї діяльності на довкілля, інфраструктуру та громади. І більше того – давати додану вартість, на постійній основі розвиваючи громади, підтримуючи локальний бізнес, створюючи можливості для громадського сектору.

Компанія МХП реалізує комплексну політику соціальної відповідальності, що включає кілька стратегічних напрямків (таблиця 2.2):

*Таблиця 2.2*

**Основні соціальні програми МХП у межах корпоративної соціальної відповідальності**

| **МХП-Здоров'я** | **Ментальне здоров'я** | **Спорт і активність** | **МХП Поруч (військові і ветерани)** | **Підтримка громад** |
|---|---|---|---|---|
| • Медичне страхування<br>•Медогляди<br>•Вакцинація<br>•Профілактика | •Консультації психологів<br>• Школа життєстійкості<br>• Тренінги | •Корпоративні змагання<br>• Забіги<br>•Туристичні заходи | • Підтримка мобілізованих<br>•Реабілітація ветеранів<br>• Допомога родинам | • Грантові програми<br>• Освітні проєкти<br>• Розвиток інфраструктури |

***1. Програма «МХП-Здоров'я».*** Програма спрямована на збереження та зміцнення здоров'я працівників. Її особливістю є профілактичний підхід, що передбачає не лише лікування, а й попередження захворювань. Компанія прагне забезпечити доступність медичних послуг та сформувати культуру відповідального ставлення до власного здоров'я. У межах програми працівникам надаються:

- добровільне медичне страхування з першого місяця роботи;
- щорічні медичні огляди (чекапи);
- консультації корпоративних лікарів безпосередньо на робочих місцях;

вакцинація;

- співфінансування лікування за медичними показаннями.

2. ***Програми підтримки ментального здоров'я.*** З 2019 року в МХП функціонує система психологічної підтримки працівників. Вона включає:

- Школу життєстійкості, де працівники опановують техніки саморегуляції та подолання стресу;
- індивідуальні консультації психологів і коучів;
- тематичні заходи, тренінги та лекції щодо психологічного благополуччя;
- розвиток навичок емоційної стійкості в умовах воєнного часу та професійних навантажень.

3. ***Програма «Спорт».*** Компанія активно популяризує здоровий спосіб життя через:

- корпоративні турніри з футболу, волейболу, шахів, шашок;
- туристичні походи та спортивні подорожі;
- участь у благодійних спортивних заходах;
- організацію всеукраїнських забігів RUN 4 VICTORY спільно з Благодійним фондом «МХП-Громаді». У 2024 році до цих заходів долучилося понад 4 тисячі учасників. 4. ***Програма «МХП Поруч».*** Особливе значення в умовах війни має програма підтримки військовослужбовців, ветеранів та їхніх сімей. Вона передбачає:
- індивідуальний супровід мобілізованих працівників;
- медичну, психологічну та юридичну допомогу;
- реабілітацію та адаптацію ветеранів після повернення до цивільного життя;
- підтримку родин військовослужбовців;
- діяльність Центру взаємодії з військовими та ветеранами.

5. ***Підтримка місцевих громад***. МХП реалізує численні соціальні ініціативи через Благодійний фонд «МХП-Громаді». Заснований в 2015 році компанією МХП - Благодійний фонд «МХП-Громаді», пройшовши шлях від локальних ініціатив у двох областях, перетворився на національний - сьогодні фонд працює в 13 регіонах, діяльність охоплює понад 700 міст і сіл України.

Серед основних напрямів діяльності:

- грантовий конкурс «Час діяти, Україно!»;
- підтримка освітніх, культурних та екологічних проєктів;
- розвиток соціальної інфраструктури громад;
- допомога внутрішньо переміщеним особам та вразливим категоріям населення.

За десять років було підтримано понад 550 соціальних проєктів, що позитивно вплинули на життя мільйонів мешканців громад.

Соціальні програми МХП формують комплексну систему підтримки працівників і громад, поєднуючи турботу про фізичне та ментальне здоров'я, розвиток спорту, підтримку військових і ветеранів, а також реалізацію масштабних громадських ініціатив. Такий підхід сприяє підвищенню соціальної відповідальності бізнесу та зміцненню людського капіталу компанії.

Крім цього, працівники МХП і дочірніх підприємств активно долучаються до волонтерства. За першу половину 2024 року ними зібрано понад 37 млн. гривень на підтримку армії та соціальні ініціативи.

## 2.2. Розвиток соціально відповідального бізнесу України в умовах війни

В умовах сучасних трансформаційних процесів соціально відповідальний бізнес стає важливим чинником забезпечення економічної стійкості та соціального розвитку України. Особливого значення корпоративна соціальна відповідальність набула після початку повномасштабної війни, коли підприємства були змушені не лише підтримувати власну господарську діяльність, а й виконувати додаткові соціальні функції, пов'язані з підтримкою працівників, громад, внутрішньо переміщених осіб та військовослужбовців. У таких умовах соціально відповідальна діяльність бізнесу перетворилася із добровільної ініціативи на важливий елемент забезпечення економічної та соціальної безпеки держави. Дослідження сучасних тенденцій розвитку соціальної відповідальності в

Україні свідчать, що підприємства дедалі частіше інтегрують принципи соціальної відповідальності у власні стратегії розвитку та адаптують їх до викликів воєнного часу [28].

Вплив соціально відповідального бізнесу на економічний розвиток країни проявляється насамперед через забезпечення стабільної зайнятості населення. Попри складні умови функціонування економіки, підприємства продовжують зберігати робочі місця, створювати нові можливості для працевлаштування ветеранів, внутрішньо переміщених осіб та молоді. Це сприяє підтримці платоспроможного попиту населення, наповненню бюджетів усіх рівнів та стабілізації соціально-економічної ситуації в державі [36].

Соціально відповідальний бізнес відіграє вагому роль у підтримці макроекономічної стабільності країни. Незважаючи на воєнні ризики, українська економіка демонструє поступове відновлення. За оцінками Міністерства економіки України, у 2024 році приріст валового внутрішнього продукту становив близько 4-5 %, що стало можливим, зокрема, завдяки збереженню економічної активності бізнесу та його адаптації до нових умов господарювання [19].

В умовах повномасштабного військового вторгнення соціально відповідальний бізнес зіткнувся з необхідністю використання нових підходів не лише до реалізації соціально значимих ініціатив, а й до формування та імплементації в них нових елементів. Йдеться про те, що актуальна ситуація вимагає розробки комплексного бачення нових пріоритетів про яву соціальної відповідальності з урахуванням зовнішніх викликів.

Серед факторів, які суттєво вплинули на трансформації соціально відповідального бізнесу в умовах війни слід виділити наступні:

по-перше, релокація бізнесу, викликана неможливістю продовження діяльності в зоні бойових дій чи прифронтових територіях, що зумовлює необхідність функціонування у новому середовищі;

по-друге, зміни в структурі персоналу суб’єктів господарювання, зумовлені міграційними процесами, процесами мобілізації, які вимагають

відповідних змін у комунікаційній політиці всередині підприємства, пошуку ефективних способів підтримки працівників в умовах фактору невизначеності;

по-третє, важливість участі бізнесу в підтримці Збройних Сил та населення громад, які найбільше потерпають від впливу військових дій;

по-четверте, розуміння необхідності отримання синергетичного ефекту від поєднання зусиль підприємств, громадськості та держави з метою підтримки соціально важливих в умовах воєнного стану проєктів та програм [13].

В цьому зв'язку варто від мітити, що на думку спеціалістів Національного інституту стратегічних досліджень, Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року, роз роблена та узгоджена в довоєнний час, потребує доповнень з урахуванням трансформацій соціально відповідальних ініціатив у сучасних умовах, а також необхідності зміни векторів державної підтримки соціально відповідальних бізнес-ініціатив в післявоєнний період [32]. Зважаючи на зазначене вище набувають суттєвого значення наступні складові моделі соціально відповідального бізнесу в умовах війни (рис. 2.3).




**Рис. 2.3. Ключові складові моделі соціально відповідального бізнесу в умовах війни**

Після 2022 року більшість великих українських компаній значно розширили обсяги благодійної діяльності. Соціальні програми спрямовуються на забезпечення гуманітарною допомогою населення, підтримку закладів охорони здоров'я, освіти та соціального захисту. Значна частина корпоративних ресурсів використовується для реалізації проєктів із відновлення пошкодженої інфраструктури та підтримки громад, які постраждали від бойових дій [9].

Конкретні прояви досліджуваних трансформацій пов'язані зі специфікою та сферою діяльності бізнес-суб'єктів, рівнем організаційної зрілості підприємств, ступенем імплементації соціально відповідальних практик, забезпеченням відповідною ресурсною базою для їх впровадження. Окремі приклади реалізації соціальної відповідальності, продиктовані впливом факторів зовнішнього середовища в умовах війни, дії воєнного стану представлено в таблиці 2.3 [19].

*Таблиця 2.3*

**Окремі практики реалізації елементів соціально відповідального бізнесу в умовах війни**

| Бізнес суб'єкти | Компоненти трансформації соціально відповідальності бізнесу в умовах війни |
|---|---|
| Kernel | - забезпечення продовольчої безпеки та наданні допомоги українській армії й постраждалим від війни;<br>- фінансування споряджень та всього необхідного для виконання бойових завдань чотирьох військових бригад ЗСУ;<br>- реалізація проєкту підтримки поранених бійців у шпиталях співробітниками компанії, передача спеціально підготовлених пакунків "Відновлення" |
| **МХП** | - реалізація програми "МХП Поруч", яка надає індивідуальний супровід та комплексну підтримку військовим, ветеранам та їх родинам як на рівні компанії, так і в громадах;<br>- створення Центру взаємодії із військовими і ветеранами;<br>- підтримка розвитку місцевих громад через благодійні програми, переважно через співпрацю зі стратегічним партнером – Благодійним фондом "МХП-Громаді";<br>- створення відділу психічного здоров'я у 2023 році з метою надання психологічної допомоги співробітникам |
| **ТОВ "Нова Пошта"** | - реалізація програми "Гуманітарна пошта України";<br>- допомога бізнесу в перевезенні обладнання чи продукції під час релокації;<br>- програми матеріально-технічного забезпечення рятувальних бригад ДСНС;<br>- співпраця з органами державної влади з метою надання підтримки у важливих доставках і реалізації низки проєктів |

| | |
|---|---|
| **Restetika** | організація благодійних гастро-вечерь в Україні та за кордоном, кошти від яких спрямовуються на допомогу ЗСУ |
| **ТОВ "Загор'є"** | запуск платформи Raise for Ukraine (Raise4UA), яка сприяє реалізації проєктів, зосереджених на певній місії підтримки військових або гуманітарних зусиль в Україні |

Також серед прикладів актуальної адаптації соціально відповідального бізнесу до потреб воєнного часу слід відмітити оперативність відновлення діяльності на звільнених територіях, забезпечення стійкої інформаційної відповідальності, допомога мешканцям громад прифронтових територій та внутрішньо переміщеним особам [43].

Сучасна ситуація змінює саме бачення і розуміння бізнесом майбутніх довгострокових цілей та наслідків реалізації соціальних ініціатив. На нашу погляд, вони стають більш комплексними, поєднуючи в собі розуміння необхідності глобального підходу до імплементації соціальної відповідальності бізнес-структур у загальну стратегію після воєнного розвитку країни.

За даними Комітету промислової екології та сталого розвитку Європейської Бізнес Асоціації, вже у березні 2022 року з боку багатьох українських підприємницьких структур та міжнародних компаній в Україні були реалізовані соціально відповідальні заходи за такими напрямами: (табл. 2.4) - гуманітарна допомога населенню; - підтримка медичних закладів - евакуація та розміщення населення з районів бойових дій; - організація сховищ для населення [30].

Трансформації соціально відповідального бізнесу під впливом воєнних викликів ведуть до розширення системи його ключових елементів, додаючи до стандартних екологічних, етичних, економічних та інших практик нові ініціативи, пов'язані з активною підтримкою Збройних Сил України, тісною взаємодією з громадами та адаптацією до нових умов функціонування.

*Таблиця 2.4*

**Напрями реалізації соціальної відповідальності бізнесу на початку воєнних дій в Україні**

| Компанія | Соціально відповідальні заходи |
|---|---|
| *Гуманітарна допомога населенню* | |
| Ferrexpo | Створено гуманітарний фонд допомоги із загальним бюджетом 7,5 млн. дол. |
| Bayer | Створено фонд підтримки із загальним бюджетом 3 млн. євро на фінансування міжнародних та місцевих громадських організацій |
| Метінвест | Закупівля продуктів харчування для продуктових наборів, призначених для районів з напруженою гуманітарною ситуацією. |
| АрселорМіттал | Переказ 1 млн. дол. для забезпечення гуманітарних потреб переміщених осіб. |
| ДТЕК | Передача 27 тон продуктових наборів для Миколаївської, Дніпропетровської і Запорізької областей |
| МХП | Передача 4 тис. тон безоплатного продовольства на суму понад 200 млн. грн. для допомоги українській армії, медичним закладам, біженцям, органам соціального захисту |
| Кернел | Забезпечення мешканців окупованих територій соняшниковою олією, відвантаження в різні регіони пшениці та кукурудзи. |
| *Підтримка медичних закладів* | |
| Ferrexpo | Забезпечення лікарень медикаментами та перев'язочними матеріалами на постійній основі |
| Bayer | Надання партії антибіотиків та стерильних матеріалів через Червоний хрест |
| Метінвест | Передача Запорізьким лікарням 1610 медичних наборів. |
| АрселорМіттал | Надання 1 млн. дол. на забезпечення медичними засобами лікарень у Кривому Розі. |
| ДТЕК | Безкоштовне постачання електроенергії медичним закладам |
| *Евакуація та розміщення населення з районів бойових дій* | |
| Ferrexpo | Надання готелю, бази відпочинку, гуртожитку та дитячого табору для розміщення 1500 осіб із Києва, Харкова та Сум з безкоштовним проживанням, харчуванням і лікуванням |
| Bayer | Створення платформи для забезпечення житлом колег з України та їх родин. |
| Метінвест | Вивезення та розміщення населення з гарячих точок Донецької області. Створено умови для розміщення 1000 осіб на власних соціальних об'єктах. |
| ДТЕК | Вивезення 1000 мирних жителів із Зеленодольська. |
| *Організація сховищ для населення* | |
| Ferrexpo | На підприємствах облаштовано 13 укриттів. |
| Інтерпайп | Облаштовано 18 тимчасових укриттів на 8500 осіб. |
| Метінвест | На всіх підприємствах компанії облаштовано сховища для населення. Виконано ремонт електрокомунікацій у 94 сховищах. |
| ДТЕК | Передано приміщення під бомбосховища, забезпечення бомбосховищ їжею, генераторами, медикаментами. |

Ефективна реалізація проаналізованих соціально відповідальних програм, проєктів, заходів підтверджує високий ступінь взаємодії бізнесу та суспільства в актуальних умовах. Практики, напрацьовані під час війни, свідчать про перетворення соціальної відповідальності на важливий стратегічний інструмент післявоєнного відновлення та можуть стати основою для побудови раціональної моделі соціально відповідального бізнесу в після-воєнний період [30].

# РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Соціальна відповідальність бізнесу в сучасних умовах є важливим чинником забезпечення сталого економічного розвитку, підвищення конкурентоспроможності підприємств та зміцнення соціальної стабільності в суспільстві. В умовах глобалізації, цифрової трансформації економіки, посилення екологічних викликів та необхідності повоєнного відновлення України роль соціально відповідального бізнесу суттєво зростає. Відповідальне ставлення підприємств до працівників, споживачів, місцевих громад і навколишнього середовища стає не лише моральним обов'язком, а й важливою умовою довгострокового розвитку та формування позитивної ділової репутації [27].

Незважаючи на поступове поширення принципів соціальної відповідальності серед українських підприємств, рівень їх практичного впровадження залишається нерівномірним. Найбільш активно соціально відповідальні практики використовуються великими компаніями та підприємствами з іноземним капіталом, які орієнтуються на міжнародні стандарти ведення бізнесу. Водночас значна частина малого та середнього бізнесу розглядає соціальну відповідальність переважно як благодійну діяльність, що звужує можливості її ефективного використання як інструменту стратегічного управління [5].

Більше того, існує низка факторів, які стримують поширення практик соціальної відповідальності серед українських підприємств. До таких перешкод належать відсутність дієвих податкових стимулів для соціально відповідальних компаній, що широко застосовуються в країнах Європейського Союзу, недостатня кількість фахівців, які володіють сучасними підходами до управління корпоративними соціальними програмами, а також недовіра бізнесу до механізмів реалізації соціальних ініціатив через ризик неефективного використання наданих коштів [31].

Актуальність подальшого розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні визначається комплексом економічних, соціальних та інституційних чинників [39]. Насамперед значна частина вітчизняних підприємств характеризується недостатнім рівнем корпоративної культури та обмеженими фінансовими можливостями, що змушує їх зосереджуватися переважно на забезпеченні власного виживання. Водночас поширеним явищем залишається правовий нігілізм, який проявляється у прагненні обходити законодавчі вимоги замість їх сумлінного виконання.

Додатковою проблемою є недостатнє розуміння суспільством ролі бізнесу в розв'язанні соціально значущих проблем, що пояснюється відносно короткою історією розвитку сучасного підприємництва та обмеженим досвідом реалізації програм корпоративної соціальної відповідальності. Відсутність чіткого трактування понять і механізмів КСВ також негативно впливає на її поширення, оскільки як представники бізнесу, так і громадськість не завжди усвідомлюють її сутність та практичне значення.

Серед інших стримуючих факторів варто виділити недостатню відкритість більшості українських підприємств, які часто обмежують доступ громадськості до інформації про результати своєї діяльності. Крім того, для багатьох компаній характерна незбалансованість підходів до реалізації політики соціальної відповідальності, коли окремі напрями КСВ розвиваються нерівномірно або мають формальний характер [39].

Для активізації процесів розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні необхідним є впровадження комплексу заходів державної підтримки. До першочергових кроків належать популяризація принципів соціальної відповідальності та підвищення обізнаності суспільства щодо її значення для економічного і соціального розвитку країни. Важливим напрямом також є створення спеціальних державних фондів і залучення ресурсів місцевих бюджетів для співфінансування соціальних проєктів, що реалізуються приватним сектором. Поряд із цим доцільним є запровадження податкових преференцій та інших стимулюючих механізмів для підприємств, які

інвестують у вирішення суспільно важливих проблем. Перспективним кроком може стати й упровадження системи обов'язкової нефінансової (соціальної) звітності, яка могла б бути необхідною умовою для участі компаній у державних закупівлях, отримання ліцензій або допуску до фондового ринку [33].

Подальший розвиток соціально відповідального бізнесу в Україні потребує комплексного підходу, який має поєднувати вдосконалення нормативно-правової бази, розвиток інституційної підтримки, стимулювання соціально відповідальної поведінки підприємств та формування відповідної корпоративної культури.

Одним із ключових напрямів розвитку соціально відповідального бізнесу є вдосконалення державної політики у цій сфері. На сьогодні в Україні відсутній комплексний законодавчий механізм, який би регламентував основні засади соціальної відповідальності підприємств та створював стимули для її впровадження. У зв'язку з цим доцільним є розроблення та прийняття нормативно-правових актів, спрямованих на підтримку соціально відповідальних ініціатив, а також формування системи державного заохочення підприємств, які активно реалізують соціальні та екологічні проєкти.

Важливим напрямом є створення ефективної системи економічних стимулів. До таких стимулів можна віднести податкові пільги для підприємств, які інвестують кошти у розвиток місцевих громад, охорону довкілля, підвищення рівня соціального захисту працівників та реалізацію благодійних програм. Крім того, державна підтримка може здійснюватися через механізми грантового фінансування, пільгового кредитування та залучення бізнесу до реалізації суспільно значущих проєктів.

Особливе значення має розвиток соціального партнерства між державою, бізнесом та громадянським суспільством. Ефективна взаємодія цих суб'єктів сприяє вирішенню актуальних соціальних проблем, залученню додаткових ресурсів до реалізації соціальних програм та формуванню довіри

між усіма учасниками суспільних відносин. У сучасних умовах важливо забезпечити активну участь бізнесу у відновленні соціальної інфраструктури, підтримці освіти, охорони здоров’я та розвитку територіальних громад.

Одним із перспективних напрямів є інтеграція принципів сталого розвитку в діяльність українських підприємств. Сучасний бізнес дедалі більше орієнтується на досягнення Цілей сталого розвитку, проголошених Організацією Об’єднаних Націй. Це передбачає не лише забезпечення економічного зростання, але й зменшення соціальної нерівності, раціональне використання природних ресурсів, захист навколишнього середовища та підвищення якості життя населення.

Важливим чинником розвитку соціально відповідального бізнесу є впровадження ESG-підходу, який базується на врахуванні екологічних (Environmental), соціальних (Social) та управлінських (Governance) критеріїв під час прийняття управлінських рішень. Сьогодні ESG-стандарти стають одним із ключових факторів оцінювання інвестиційної привабливості компаній на міжнародних ринках. Для українських підприємств їх впровадження сприятиме залученню іноземних інвестицій, підвищенню конкурентоспроможності та інтеграції до європейського економічного простору [6].

Значні перспективи відкриваються у сфері екологічної відповідальності бізнесу. В умовах загострення глобальних екологічних проблем підприємства повинні впроваджувати сучасні природоохоронні технології, знижувати рівень забруднення довкілля, підвищувати енергоефективність виробництва та забезпечувати раціональне використання ресурсів. Особливу актуальність набуває розвиток циркулярної економіки, яка передбачає повторне використання ресурсів, мінімізацію відходів та впровадження принципів ресурсозбереження.

Перспективним напрямом є цифровізація процесів соціальної відповідальності. Використання цифрових технологій дозволяє підвищити прозорість діяльності підприємств, покращити комунікацію із зацікавленими

сторонами, забезпечити ефективний моніторинг соціальних та екологічних показників. Сучасні цифрові платформи сприяють поширенню нефінансової звітності, що дозволяє суспільству отримувати об’єктивну інформацію про соціальну та екологічну діяльність компаній [20].

Важливою умовою розвитку соціально відповідального бізнесу є формування корпоративної культури відповідальності. Соціальна відповідальність повинна бути інтегрована у систему стратегічного управління підприємством та підтримуватися на всіх рівнях організації. Значну роль у цьому процесі відіграє підвищення кваліфікації управлінського персоналу, розвиток етичного лідерства та впровадження принципів доброчесності у корпоративне управління.

Особливого значення набуває соціальна відповідальність роботодавців перед працівниками. У сучасних умовах підприємства мають забезпечувати належний рівень оплати праці, безпечні умови роботи, можливості професійного розвитку та соціального захисту персоналу. Інвестиції у людський капітал сприяють підвищенню продуктивності праці, зменшенню плинності кадрів та формуванню позитивного іміджу роботодавця [23].

В умовах воєнного стану та післявоєнної відбудови України соціальна відповідальність бізнесу набуває нових форм. Значна кількість підприємств активно долучається до підтримки Збройних Сил України, надання гуманітарної допомоги населенню, підтримки внутрішньо переміщених осіб та відновлення постраждалих територій. У майбутньому роль бізнесу у процесах економічного та соціального відновлення держави буде лише зростати [9].

Одним із перспективних напрямів є розвиток соціального підприємництва. Соціальні підприємства поєднують підприємницьку діяльність із вирішенням суспільно важливих проблем, сприяючи працевлаштуванню вразливих категорій населення, розвитку громад та реалізації соціальних проєктів. Розширення сектору соціального підприємництва дозволить підвищити рівень соціальної інтеграції та

сприятиме сталому розвитку територій.

Для забезпечення подальшого розвитку соціально відповідального бізнесу необхідно також активізувати інформаційно-просвітницьку роботу серед підприємців та населення. Важливими інструментами можуть стати освітні програми, тренінги, конференції, професійні форуми та поширення кращих практик соціальної відповідальності серед суб'єктів господарювання.

Таким чином, перспективи розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні пов'язані з удосконаленням державного регулювання, впровадженням міжнародних стандартів корпоративної відповідальності, розвитком соціального партнерства, цифровізацією бізнес-процесів, поширенням ESG-підходів та активною участю підприємств у вирішенні соціальних і екологічних проблем (таблиця 3.1).

*Таблиця 3.1*

**Основні напрями розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні**

| Напрям розвитку | Зміст заходів | Очікувані результати |
|---|---|---|
| Удосконалення нормативно-правового забезпечення | Розробка законодавчих механізмів підтримки СВБ, гармонізація з європейськими стандартами | Зростання рівня залученості бізнесу до соціальних ініціатив |
| Економічне стимулювання підприємств | Податкові пільги, гранти, пільгове кредитування соціально відповідальних проєктів | Підвищення мотивації підприємств до впровадження СВБ |
| Розвиток соціального партнерства | Співпраця бізнесу, держави та громадських організацій | Ефективніше вирішення соціальних проблем |
| Впровадження ESG-підходу | Інтеграція екологічних, соціальних та управлінських критеріїв у діяльність компаній | Підвищення інвестиційної привабливості підприємств |
| Цифровізація соціальної відповідальності | Використання цифрових платформ для звітності та комунікації зі стейкхолдерами | Підвищення прозорості діяльності бізнесу |
| Екологізація виробництва | Впровадження ресурсозберігаючих технологій, скорочення викидів та відходів | Поліпшення стану довкілля та ресурсної ефективності |
| Розвиток людського капіталу | Покращення умов праці, навчання персоналу, соціальний захист працівників | Зростання продуктивності праці та лояльності персоналу |
| Розвиток соціального підприємництва | Підтримка соціальних підприємств та соціальних інновацій | Підвищення соціальної інтеграції населення |
| Участь у післявоєнному відновленні України | Підтримка громад, відбудова інфраструктури, допомога населенню | |

Дані табл. 3.1 свідчать, що розвиток соціально відповідального бізнесу в Україні повинен здійснюватися комплексно та охоплювати економічні, соціальні, екологічні й управлінські аспекти діяльності підприємств. Особливого значення в сучасних умовах набувають впровадження ESG-підходів, розвиток соціального партнерства, цифровізація бізнес-процесів та участь підприємств у відновленні економіки України. Реалізація зазначених напрямів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу та забезпеченню сталого розвитку держави.

# ВИСНОВКИ

Соціальна відповідальність бізнесу є важливою складовою сучасної моделі господарювання, яка забезпечує збалансоване поєднання економічних інтересів підприємств із соціальними потребами суспільства та вимогами екологічної безпеки.

Соціальна відповідальність бізнесу являє собою комплексну систему добровільних зобов'язань підприємства перед працівниками, споживачами, місцевими громадами та суспільством загалом. Її реалізація спрямована не лише на отримання економічного результату, а й на створення позитивного соціального та екологічного ефекту.

Дослідження нормативно-правового забезпечення соціально відповідального бізнесу в Україні показало, що, незважаючи на наявність Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу до 2030 року, система правового регулювання залишається недостатньо розвиненою. Відсутність спеціального законодавства, дієвих стимулів та ефективних механізмів державної підтримки обмежує можливості поширення соціально відповідальних практик серед українських підприємств.

Проведений аналіз сучасних практик реалізації корпоративної соціальної відповідальності засвідчив, що найбільш активно її принципи впроваджують великі компанії та підприємства з міжнародною участю. Основними напрямами соціально відповідальної діяльності є підтримка працівників, розвиток людського капіталу, благодійність, підтримка місцевих громад, охорона довкілля та впровадження інноваційних екологічних рішень. Встановлено, що соціально відповідальні підприємства мають вищий рівень суспільної довіри, кращу ділову репутацію та конкурентні переваги на ринку.

Особливу увагу в роботі приділено дослідженню трансформації соціально відповідального бізнесу в умовах воєнного стану. Визначено, що після початку повномасштабної війни корпоративна соціальна відповідальність набула нового змісту та стала важливим елементом

забезпечення економічної і соціальної стійкості держави. Українські підприємства значно розширили масштаби гуманітарної діяльності, підтримки Збройних Сил України, внутрішньо переміщених осіб, ветеранів та постраждалого населення.

На прикладі діяльності компанії МХП встановлено, що ефективна система корпоративної соціальної відповідальності повинна охоплювати підтримку фізичного та ментального здоров'я працівників, розвиток спорту, підтримку військових і ветеранів, реалізацію освітніх, культурних та інфраструктурних проєктів у громадах.

У роботі виявлено основні проблеми розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні, серед яких недостатній рівень корпоративної культури, обмежені фінансові можливості малого та середнього бізнесу, відсутність ефективних податкових стимулів, низька поінформованість щодо переваг КСВ та недостатня відкритість окремих підприємств.

Подальший розвиток соціально відповідального бізнесу в Україні потребує вдосконалення нормативно-правової бази, запровадження системи економічного стимулювання соціально відповідальних підприємств, розвитку нефінансової звітності, поширення міжнародних стандартів ESG та активізації партнерства між державою, бізнесом і громадянським суспільством. Важливим напрямом є також інтеграція принципів соціальної відповідальності у стратегії післявоєнного відновлення України.

Таким чином, соціально відповідальний бізнес виступає не лише інструментом підвищення ефективності діяльності підприємств, а й важливим чинником соціально-економічного розвитку держави. Подальше поширення принципів корпоративної соціальної відповідальності сприятиме формуванню конкурентоспроможної економіки, зміцненню соціальної стабільності та забезпеченню сталого розвитку України в умовах сучасних викликів.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амосов О. Ю., Гавкалова Н. Л., Болотова О.О. Соціальна відповідальність влади і бізнесу як умова сталого розвитку. URL: https://repository.hneu.edu.ua/bitstream/

2. Ареф'єва О., Коваленко Н. Стратегічні орієнтири соціально відповідального бізнесу в умовах зеленої економіки. Адаптивне управління: теорія і практика. Серія «Економіка». 2022. Випуск 14(28). URL: https://doi.org/10.33296/2707-0654-14(28)-02

3. Білан О. С. Роль корпоративної соціальної від відповідальності у формуванні позитивного іміджу і ділової репутації підприємства БІЗНЕСІНФОРМ. Приазовський економічний вісник. 2018. Вип. 4. С. 26–29. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/4_09_uk/7.pdf

4. Бойко О. Соціальна відповідальність бізнесу у період воєнного стану. URL: https://eba.com.ua/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-u-period-voyennogo stanu/.

5. Болдижар С. М., Хохлова І. В. Соціальне підприємництво: інноваційний інструмент вирішення суспільних проблем в Україні. Аналітично-порівняльне правознавство. 2024. № 5. С. 356–361. DOI: 10.24144/2788-6018.2024.05.55

6. Бугаєва М. В. Напрями впровадження та реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності підприємства. URL: http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/9699/1/Materiali%20konferents%2016-04-2020%20CUNTU.pdf

7. Букреєва Д. С., Денисенко К. В. Соціальна відповідальність як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 38. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52

8. Бурий Є. П., Жалдак Г. П. Корпоративна соціальна відповідальність в умовах війни. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи :

матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 25 квітня 2023 р.). Київ, 2023. С. 23–24. URL: https://confmanagement-proc.kpi.ua/article/view/279546

9. Войткевич А. Корпоративна соціальна відповідальність в умовах війни. URL: https://sostav.ua/publication/korporativna-sots-alna-v-dpov-daln-st-v-umovakh-v-jni-94057.html.

10. Говсєєв Д. Д. Сутність, елементи та складові соціальної відповідальності підприємств. Бізнес Інформ. 2023. № 10. С. 397–403. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-10-397-403

11. Говсєєв Д. Д. Соціальна відповідальність бізнесу як основа інноваційного розвитку підприємств. Економічний вісник. 2023. №3 (83). С. 140–150. DOI: https://doi.org/10.33271/ebdut/83.140

12. Завадських Г. М., Лисак О. І., Тебенко В. М. Корпоративна соціальна відповідальність: формування та реалізація в Україні. Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (Економічні науки). 2023. № 2(48). С.128-139.

13. Захарова О., Орел А. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні під час повномасштабного воєнного вторгнення РФ. Трансформаційна економіка. 2023. №5 (05). С. 140-147.

14. Захарова О.В., Шульга О.О. Роль соціально відповідального бізнесу в реалізації цілей сталого розвитку. Бізнес та інтелектуальний капітал. 2023. № 4. С. 70-76.

15. Залізнюк В. П., Сафонік Н. П., Кая А. С. Розвиток концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері вітчизняного та міжнародного бізнесу. Проблеми системного підходу в економіці. 2021. Випуск № 6(86). С. 80–86.

16. Іваненко О. О. Соціальна відповідальність підприємств: теоретичні аспекти. Економіка України. 2020. № 3. С. 25–30.

17. Кравченко Мілена. Оцінка стану дослідження проблеми екологічного соціального підприємництва у зарубіжних і вітчизняних

наукових працях. Економіка. Управління. Інновації. 2026. Вип. №1 (38). URL: https://eprints.zu.edu.ua/48017/1/23.pdf

18. Кравчик Ю. В. Аспекти соціальної відповідальності бізнесу в системі державної політики сталого розвитку країни. Український журнал прикладної економіки. 2021. Том 6. № 2. С. 181 -190.

19. Коваленко Ю. О., Новак В. О., Гуріна Г. С. Трансформації соціально відповідального бізнесу в умовах війни. Економіка та суспільство. 2025. № 73. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-32

20. Косович Б., Домбровська Ю. Інноваційність соціальної відповідальності бізнесу в умовах війни. Сталий розвиток економіки. 2025. №5 (56). С. 590–594. URL: https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-56-81

21. Кузьмін О. Є., Станасюк Н. С., Уголькова О. З. Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, типологія та чинники формування. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2021. № 2 (6). С. 56-64. URL:https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/nov/25482/nzmened-56-64.pdf

22. Кульчицький І. І. Соціальна відповідальність бізнесу. Економіка та суспільство. 2024. Вип. 69. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5091

23. Курінько Р. (). Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: проблеми прийняття та становлення. Науково-теоретичний альманах «Грані», 2020. № 23 (12). С. 38-46.

24. Лисенко І. І. Соціально-економічний вплив підприємств. Економіка і суспільство. 2023. № 2. С. 30–35.

25. Ломачинська І. А., Федорченко Ю. Г. Екологічне підприємництво: роль у вирішенні екологічних викликів та забезпеченні соціальної інклюзії. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2024. № 1(56), Т.23. С. 67-88.

26. Маркович І., Бажанова Н., Паляниця В. Соціальне підприємництво та соціально відповідальний бізнес. Нарощування фінансово-економічного

потенціалу суб'єктів економічних відносин як основа поступального розвитку територіально господарських систем: монографія. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2021. С. 187–192.

27. Мельничук Л. М., Кравченко М. В. Сучасна теорія та практика соціального підприємництва в Україні. Публічне управління та соціальна робота. 2024. Т. 2 URL: https://doi.org/10.32782/3041-1319/2024-2-10

28. Миськів Г. В., Пасінович І. І. Сталий розвиток і соціальна відповідальність в умовах війни в Україні. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». 2023. Т. 7. № 1. С. 21–36.

29. Пахота Н.В., Шурак Л.Я. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу під час війни в Україні. Причорноморські економічні студії. 2024. Вип. 87. С. 161-165.

30. Пучкова С. Соціальна відповідальність бізнесу: основні складові та пріоритетні напрями реалізації. Том 324 № 6 (2023): Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2023. № 324(6), С. 467-474. URL: https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-324-6-73

31. Рейтерович І. В., Пухкал О. Г. Особливості формування соціально відповідального бізнесу в Україні. Інвестиції: практика та досвід. Державне управління. № 10/2026

32. 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

33. Романова Т.В., Григор'єва О.В., Васюта В.Б. Становлення та розвиток соціально відповідального бізнесу: вітчизняний та європейський досвід. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 9. С.409-412.

34. Руденко О. В., Кондратюк О. М., Горєва А. С. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та нефінансова звітність. Ефективна економіка. 2020. № 11. URL: 10.32702/2307-2105-2020.11.102

35. 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.

36. Сисоєва І.М., Ролендерс В.В., Погріщук О.Б. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах становлення циркулярної економіки: реалії ведення бізнесу в умовах війни. Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 23. С. 19–25.

37. Собко О. В. Соціальна відповідальність бізнесу та розвиток підприємництва в Україні в умовах війни. European scientific journal of Economic and Financial innovation. 2024. №1(13). URL: https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/288

38. Станасюк Н. С., Пасінович І. І., Томашевська А. Р. Сучасні підходи до оцінювання корпоративної соціальної відповідальності підприємств. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». 2021. № 2(8). С. 109–120. DOI: http://doi.org/10.23939/semi2021.02.109

39. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 р. URL: http://www.svb.org.ua/sites/ default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ ukrayini.pdf.

40. Тарасов В. В. Стійкість і соціальна відповідальність бізнесу. Сталий розвиток. 2022. № 4. С. 45-50.

41. Хімченко А. Соціальні та економічні аспекти функціонування корпорацій. Вісник економічної науки України. 2012. № 2 (22). С. 168–172.

42. Червінська Л., Червінська Т., Каліна І. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2023. Т. 6. № 53. С. 405–416.

43. Швець А. Топ-10 соціально відповідальних компаній. Ділова столиця. 28.11.2024. URL: https://www.dsnews.ua/ukr/economics/top-10-socialno vidpovidalnih-kompaniy28112023-491434

44. Шеремета А., Лункіна Т. Корпоративна соціальна відповідальність інструмент підвищення ефективності управління підприємством: теоретичні підходи та практичний вплив. Сталий розвиток економіки. 2025. № 3 (54). С. 181-184.

45. Яців І., Кушка П. Організаційно-економічний механізм формування соціальної відповідальності аграрних підприємств. Аграрна економіка. 2022. Т. 15, № 1-2. С. 35–45.

46. Юрчик Г. М. Соціальне підприємництво: теоретико-правовий аспект. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія: Економічні науки. 2023. № 4(104). С. 402–418. DOI: 10.31713/ve4202335