

УДК: 331.105:658.3

DOI: 10.31673/2415-8089.2023.035055

Лазоренко Л.В., д.е.н., професор
завідувач кафедри менеджменту,
маркетингу та публічного управління
Національної академії статистики, обліку та аудиту

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

В статті розкрито суть соціальної відповідальності бізнесу в цілому та визначено її особливості в умовах війни. Соціальна відповідальність тепер не опція, не прерогатива великих бізнесів, і не спосіб покращити репутацію. Це невіддільна частина компанії, яка є гарантом майбутнього України. Охарактеризовані напрями соціальної відповідальності окремих бізнес компаній в умовах воєнного стану, серед яких Миронівський хлібопродукт та АТ «Кредобанк». Визначено підприємства, які найбільш є соціально відповідальними в умовах війни і надають різноманітну допомогу суспільству, державі, окремим громадянам та Збройним силам України. Проаналізовано напрями соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах, основними з яких є допомога Збройним силам України; підтримка співробітників; підтримка населення; відповідальність перед бюджетом та волонтерська діяльність. Під час війни, а особливо в післявоєнний час одним з основних напрямів соціальної відповідальності бізнесу має стати інвестиційна діяльність тих компаній, які спроможні її забезпечити.

***Ключові слова:** соціальна відповідальність; воєнний стан; бізнес структури; компанії; суспільство; населення; волонтерство.*

Постановка проблеми. Соціальна відповідальність підприємств у будь-яких умовах є важливою складовою їх діяльності. Соціально відповідальні організації сприяють розвитку суспільства, демонструють поважне ставлення до свого персоналу, турбуються про навколишнє середовище та оцінюють вплив результатів своєї діяльності на розвиток країни в цілому. Високий рівень прояву соціальної відповідальності підприємств, організацій та установ будь якої сфери сприяє підвищенню їх фінансових результатів, оскільки такі організації формують значний свій імідж як в Україні, так і в світі, що сприяє подальшому успішному веденню бізнесу, підвищенню конкурентоспроможності та ефективності завдяки формуванню та утриманню значної клієнтської бази та поваги з боку, партнерів і, навіть, конкурентів; запровадженню ефективного менеджменту та належного контролю.

Все це дійсно актуально, але для мирного часу. Під час війни не залишається місця сумнівам та відмовкам від ведення соціально орієнтованого бізнесу, оскільки тільки бізнес структури зможуть утримати економіку країни на необхідному рівні та сприяти подальшому її розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями вивчення соціальної відповідальності бізнесу займається досить значна кількість як науковців, так і практиків в Україні та за її межами. Серед таких можна зазначити: О. Амосова, Д. Баюру, Р. Колишко, А. Куліша, О. Лазоренко, О. Петроє, Н. Супрун та інших.

Формування цілей статті. Метою дослідження є аналіз соціальної відповідальності бізнес формувань України в умовах воєнного стану та визначення її особливостей.

Виклад основного матеріалу. Більшість українських бізнес-компаній сьогодні дуже добре розуміє та усвідомлює сутність і важливість соціальної відповідальності, а отже, спрямовує свою діяльність в цьому напрямку.

Соціальна відповідальність – це відповідальність організацій за результати своєї діяльності для суспільства та екології, яка проявляється через її поведінку та сприяє сталому розвитку, здоров'ю і добробуту населення, суспільства та держави.

З початком повномасштабної війни люди були об'єднані навколо спільної мети – допомогти своїй країні перемогти агресора. Саме такої поведінки суспільство вимагало і від бізнес структур. Тому не залишається компромісів щодо визначення цінностей і пріоритетів у допомозі гуманітарним організаціям та громадськості.

На початку війни громадяни та функціонуючі бізнес формували жертвували останнє. Дуже багато уваги і зусиль приділялось волонтерству, одні витрачали великі суми заощаджень на підтримку армії, окремі громадяни перетворив власну оселю на хаб для переселенців.

З часом стає зрозумілим, що жити у стані війни доведеться ще довго – і для цього потрібні ресурси. Тож пріоритетним завданням соціальної відповідальності бізнесу стає пережити потрясіння з найменшими втратами: зберегти робочі місця, забезпечити безпечні умови праці, бути відповідальними у своїй діяльності перед суспільством через надання якісних послуг чи випуск якісної продукції, проведення певної волонтерської роботи та надання благодійної допомоги тим, хто її потребує; перед державною через дотримання законодавства та своєчасної сплати податків.

Соціальна відповідальність тепер не опція, не прерогатива великих бізнесів, і не спосіб покращити репутацію. Це невід'ємна частина компанії, яка є гарантом майбутнього України.

В умовах сьогодення суспільство вимагає від компаній постійної підтримки України, про що свідчать результати дослідження галузевого підрозділу Google та дослідницької компанії Kantar. Дослідження показало, що понад 40% опитаних вважають переказ коштів на гуманітарну допомогу, підтримку переселенців та участь у волонтерській діяльності надзвичайно важливими складовими діяльності компанії [1].

Комерційні структури беруть на себе досить різноманітні зобов'язання перед суспільством і громадами— від допомоги малозабезпеченим верствам суспільства і поліпшення соціальної ситуації територіальних громад, до впровадження значних екологічних, медичних, освітніх, культурно-мистецьких та інших соціальних проектів.

В умовах війни вимагати від власників та керівництва компанії, яка реалізує значну волонтерську діяльність, ще й брати участь в інших соціальних програмах — не зовсім правильно.

Соціальна відповідальність бізнесу в умовах воєнного часу повинна бути спрямована на сталий розвиток суспільства. Адже підприємства зацікавлені у тому, щоб їх діяльність продовжувалася в Україні і в мирний час, а продукція реалізовувалась як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Тому великий бізнес не лише не згорнув соціальні програми, а й має на меті вихід на новий рівень — впровадження ESG- принципів. Ця аббревіатура розшифровується як «екологія, соціальна політика та корпоративне управління». Тобто це сталий розвиток комерційної діяльності, що будується на принципах відповідального ставлення до навколишнього середовища (E — environment); відповідальності перед суспільством (S — social); ефективності корпоративного управління (G — governance) [2].

Ряд компаній вважають, що в сучасних умовах головним завданням соціальної відповідальності повинно бути поступове відновлення таких соціальних програм та проектів, що сприяють розвитку суспільства та держави в цілому.

Однією з таких компаній є Миронівський Хлібопродукт (МХП)

Компанія МХП та Благодійний Фонд “МХП-Громаді” надав продукти харчування понад 300 тис. переселенців та дитяче харчування понад 10 тисяч дітей. Напередодні нового навчального року було облаштовано укриття в майже 70 освітніх закладах 13 областей України[2].

Також компанія МХП реалізує раніше заплановані заходи. Так, благодійним фондом «МХП-Громаді» було організовано конкурс бізнес-ідей «Роби своє», у межах якого підтримано 62 проекти на загальну суму 6 млн грн, серед переможців конкурсу більше 20 – мешканці Вінниччини [2].

За ініціативи Офісу Президента України та Держкіно було трансформовано спільний проєкт БФ «МХП-Громаді» та Асоціації «Дивись українське», й з 6 серпня до 15 вересня 2023 року відбулося більше 110 кінопоказів Національного туру «Кіно заради перемоги» в 11 областях України [2].

Відновленню проєкт реконструкції Музею просто неба в Пирогові.

Пріоритетним перспективним проєктом є створення центрів експертиз із залученням як внутрішніх, так і зовнішніх експертів. Такі центри сприятимуть розробці програм регіонального розвитку, реалізації інфраструктурних проєктів та заходів відновлення громад, екологічних проєктів та заходів з енергоефективності, реабілітації військовослужбовців та постраждалих осіб.

Благодійний Фонд «МХП-Громаді» надав 20 млн грн на підтримку сфери охорони здоров'я в межах глобальної ініціативи Президента України United24. [2].

Наступною бізнес структурою, яка продемонструвала свою соціальну відповідальність з рівних сторін є АТ «Кредобанк», який від початку повномасштабної війни України з РФ забезпечував безперебійну роботу установи та обслуговування клієнтів. Також Кредобанк почав вивчати потреби українських підприємців щодо необхідності кредитування та провів переговори зі своїми європейськими партнерами, результатом яких є отримання гарантійних програм від Європейського банку реконструкції та розвитку. АТ «Кредобанк» є учасником державних програм пільгового кредитування, надає кредити для українських експортерів за гарантіями [3].

Для більш детального аналізу напрямів соціальної відповідальності бізнес компаній в умовах війни скористаємося результатами досліджень Factum Group [4].

Підприємства, які найбільш є соціально відповідальними в умовах воєнного стану і надають різноманітну допомогу суспільству, державі, окремим громадянам та ЗСУ представлені на рисунку 1.

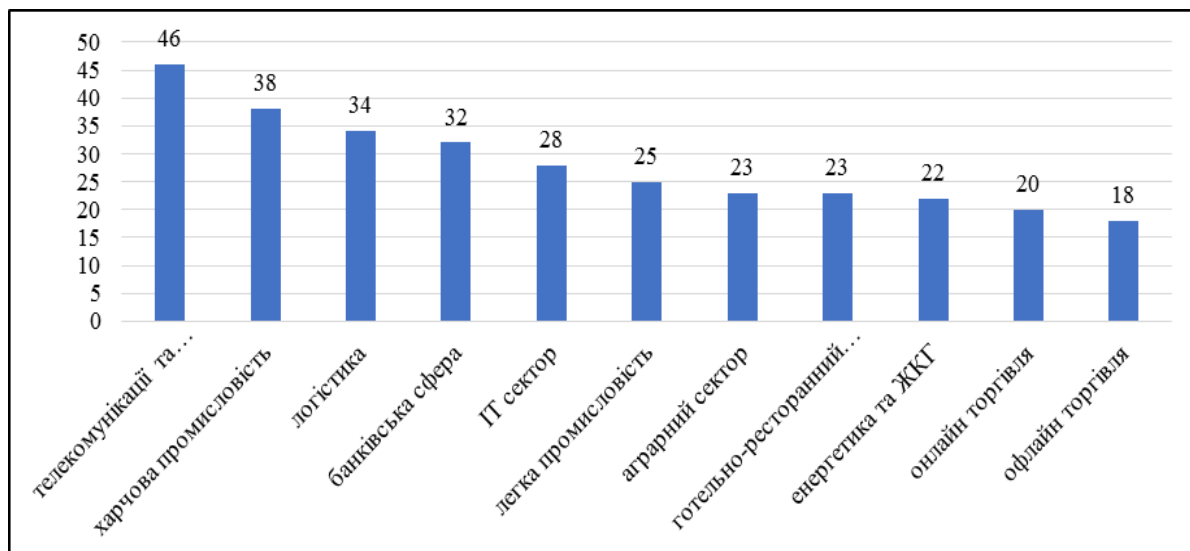


Рис. 1. Рівень соціальної відповідальності бізнес компаній в умовах війни, %

Найбільш соціально відповідальними є компанії, що працюють у сфері телекомунікацій та мобільного зв'язку - 46%. На другому місці: підприємства харчової промисловості - 38%, на третьому підприємства логістики - 34% і останнє місце належать підприємствам офлайн торгівлі - 18%.

Напрями соціальної відповідальності бізнес формувань під час війни наведено на рисунку 2.

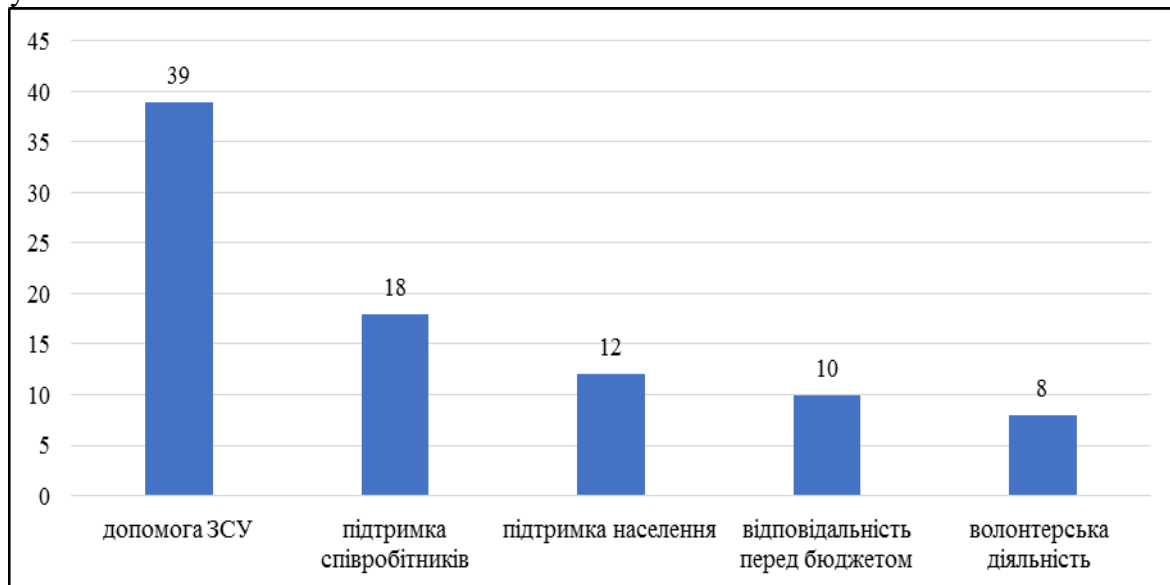


Рис. 2. Питома вага напрямів соціальної відповідальності бізнес формувань під час війни, %

Найважливішими напрямками соціальної відповідальності бізнесу під час війни є допомога ЗСУ- 39%, на другому місці – підтримка співробітників – 18%, на третьому – підтримка населення – 12%. Також має місце відповідальність перед бюджетом та волонтерська діяльність відповідно 10% і 8%.

Під час війни, а особливо в післявоєнний час одним з основних напрямів соціальної відповідальності бізнесу мають стати інвестиційна діяльність для відбудови країни. В той же час дуже високим є інвестиційний ризик.

Європейська Бізнес Асоціація вважає, що страхування інвестиційних ризиків сприятиме залученню як іноземних, так і вітчизняних інвестицій, наданню інвесторам гарантій, підвищить їх впевненість та зацікавленість інвестування в Україну.

Важливим є продовження співпраці з урядами іноземних країн і міжнародними організаціями, а також усунення законодавчих прогалин, що обмежують можливість страхування українських інвестицій.

Згідно з оцінкою Світового банку потреби України у відновленні нині становлять \$411 мільярдів, з яких \$14 мільярдів потрібні були на негайну відбудову у поточному році. За даними дослідження Міжнародної фінансової корпорації щодо ролі приватного сектору у процесі відновлення, близько \$70 мільярдів із \$411 мільярдів потрібних може забезпечити приватний сектор без впровадження особливих реформ і майже \$140 мільярдів за умови успішного проведення реформ. До того ж відновлення деяких секторів таких, як ритейл і агросектор може бути повністю покрито приватними коштами. [5].

Висновки. Отже, проаналізувавши ситуацію щодо соціальної відповідальності бізнесу в умовах війни, доходимо висновків, що найбільш соціально відповідальними є компанії, що працюють у сфері телекомунікацій та мобільного зв'язку, підприємства харчової промисловості, підприємства логістики, банківської сфери, ІТ сектору, легкої промисловості, готельно-ресторанного бізнесу, енергетики та ЖКГ, а також торгівлі. Основними напрямками соціальної відповідальності бізнесу в таких умовах є допомога ЗСУ; підтримка співробітників; підтримка населення; відповідальність перед бюджетом та волонтерська діяльність.. Під час війни, а особливо в післявоєнний час одним з основних напрямів соціальної відповідальності бізнесу має стати інвестиційна діяльність тих компаній, які спроможні її забезпечити.

Список використаної літератури

1. Не лише донати на ЗСУ: як бізнесу створювати цінність під час війни URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/5/694601/>
2. Соціальна відповідальність бізнесу під час війни: утримати те, що є, або впроваджувати нові практики? URL: <https://news.vn.ua/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-pid-chas-viyny-utrymaty-te-shcho-ie-abo-vprovadzhuvaty-novi-praktyky/>
3. Бориславська Н. Бізнес під час війни: стійкість та соціальна відповідальність. *Львівська газета «Ратуша»* URL: <https://ratusha.lviv.ua/biznes-pid-chas-viyny-stijkist-ta-soczialna-vidpovidalnist/>
4. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни. URL: <https://cases.media/en/news/socialna-vidpovidalnist-biznesu-v-umovakh-viini>
5. Соціальна відповідальність бізнесу у період воєнного стану. URL: <https://eba.com.ua/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-u-period-voyennogo-stanu/>

REFERENCES

1. Ne lyshe donaty na ZSU; yak biznesu stvoruvaty cinnist pid chas viyny. [Not only donations to the Armed Forces: how businesses can create value during the war] Retrieved from: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/5/694601/> (in Ukrainian). Access date: 20.11.2023
2. Socialna vidpovidalnist biznesu pid chas viynu: utrymaty te, scho e, abo vprovadzchuvaty novi praktyky? [Social responsibility of business during the war: to keep what we have or to introduce new practices?] Retrieved from: <https://news.vn.ua/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-pid-chas-viyny-utrymaty-te-shcho-ie-abo-vprovadzhuvaty-novi-praktyky/> (in Ukrainian). Access date: 24.11.2023
3. Boryslavska N. Biznes pid chas viynu: stiykist ta socialna vidpovidalnist. [Business during the war: resilience and social responsibility]. *Lviv newspaper "Ratusha"* Retrieved from: <https://ratusha.lviv.ua/biznes-pid-chas-viyny-stijkist-ta-soczialna-vidpovidalnist/> (in Ukrainian). Access date: 25.11.2023
4. Socialna vidpovidalnist biznesu v umovah viynu [Social responsibility of business during the war]. Retrieved from: <https://cases.media/en/news/socialna-vidpovidalnist-biznesu-v-umovakh-viini> <https://cases.media/en/news/socialna-vidpovidalnist-biznesu-v-umovakh-viini> (in Ukrainian). Access date: 30.11.2023
5. Socialna vidpovidalnist biznesu u period voennogo stanu. [Social responsibility of business during martial law]. Retrieved from: <https://eba.com.ua/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-u-period-voyennogo-stanu/> (in Ukrainian). Access date: 02.12.2023

LAZORENKO LARYSA. SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN TIMES OF WAR. *The article reveals the essence of social responsibility of business as a whole and defines its features in the conditions of war. Social responsibility of enterprises in any conditions is an important component of their activities. Socially responsible organizations contribute to the development of society, demonstrate respect for their staff, care about the environment and evaluate the impact of the results of their activities on the development of the country as a whole. A high level of manifestation of social responsibility of enterprises, organizations and institutions of any sphere contributes to the improvement of their financial results, since such organizations form their significant image both in Ukraine and in the world, which contributes to further successful business, increasing competitiveness and efficiency through the formation and retention of a significant customer base and respect from partners, and even competitors; implementation of effective management and proper control. All this is really relevant, but for peacetime. During the war, there is no room place for doubts and excuses from conducting a socially oriented business, since only business structures will be able to keep the country's economy at the required level and*

contribute to its further development. Social responsibility is no longer an option, not the prerogative of big businesses, and not a way to improve reputation. This is an integral part of the company, which is the guarantor of the future of Ukraine. The directions of social responsibility of individual business companies in the conditions of martial law, including Myronivska Hliboproduct and Kredobank JSC. The enterprises that are most socially responsible in the conditions of war and provide various assistance to society, the state, individual citizens and the Armed Forces of Ukraine are identified. The directions of social responsibility of business in modern conditions are analyzed, the main of which are assistance to the Armed Forces of Ukraine; employee support; support of the population; responsibility to the budget and volunteering. During the war, and especially in the post-war period, one of the main areas of social responsibility of business should be the investment activities of those companies that are able to provide it.

Keywords: *social responsibility; martial law; business structures; companies; society; population; volunteering.*