

COLLECTION OF SCIENTIFIC PAPERS

**SCIENTIA**

24

MARCH, 2023

ZAGREB, REPUBLIC OF CROATIA

**SCIENTIFIC METHOD: REALITY AND  
FUTURE TRENDS OF RESEARCHING**

I INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND THEORETICAL CONFERENCE



**EUROPEAN  
SCIENTIFIC  
PLATFORM**





24 | March, 2023

Zagreb, Republic of Croatia

**SCIENTIFIC METHOD: REALITY AND  
FUTURE TRENDS OF RESEARCHING**  
I International Scientific and Theoretical Conference

Zagreb, 2023

## SECTION 4.

### MANAGEMENT, PUBLIC MANAGEMENT AND ADMINISTRATION

#### ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF STRUCTURAL TRANSFORMATIONS IN THE PROCESS OF ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE

**Shmatko N.** .....36

#### THE ROLE OF INSTITUTIONAL PARTICIPANTS IN THE CAPITAL MARKET

**Sherkuziyeva N.A., O'razmetov Farhod Ismail o'g'li** .....39

#### ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ ЯК РЕВОЛЮЦІЯ В ІСТОРІЇ ЛЮДСТВА

**Графська О.І., Коркуна І.І., Боднар Р.О.** .....42

#### ІМІДЖ ОРГАНІЗАЦІЇ: СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ

**Уманчук О.О.** .....44

#### ПРИЧИНИ ТА МЕТОДИ ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ В КОМАНДНІЙ ВЗАЄМОДІЇ

**Миколайчук І.П., Величко О.В., Курмазенко В.С.** .....48

#### СУТНІСТЬ ТЕРМІНА «БЕЗПЕКА ПРАЦІ»

**Менюк М.В.** .....51

## SECTION 5.

### SOCIAL WORK AND SOCIAL WELFARE

#### SOCIAL PARTNERSHIP AS A MECHANISM OF SOCIAL PROTECTION OF THE EMPLOYED POPULATION

**Umanchuk O.** .....53

#### СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

**Павлюк Т.І., Гавлюк Є.І.** .....55

#### СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕНДЕНЦІЇ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

**Сорока Т.С., Павлюк Т.І.** .....59

#### ТЕОРЕТИЧНІ ПІДСТАВИ ВПРОВАДЖЕННЯ БЕЗУМОВНОГО БАЗОВОГО ДОХОДУ У ПІСЛЯВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ УКРАЇНИ

**Кравченко Д.О.** .....62

#### ФІЗИЧНЕ НАСИЛЬСТВО ЩОДО ВІЙСЬКОВОПОЛОНЕНИХ: СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

**Гудим А.В., Борисова Ю.В.** .....64

**Павлюк Тетяна Іванівна** 

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки та міжнародних відносин  
Вінницький торговельно-економічний інститут  
Державного торговельно-економічного університету, Україна

**Гавлюк Єлизавета Ігорівна**

здобувач вищої освіти факультету економіки, менеджменту та права  
Вінницький торговельно-економічний інститут  
Державного торговельно-економічного університету, Україна

## СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

*Анотація.* У статті розглянуто актуальні питання соціальної відповідальності на підприємствах України, проаналізовано шляхи покращення системи СВБ, а також співвідношення понять «соціальна відповідальність», «соціальний захист», «соціально-трудова відносина».

Будь-яке підприємство – це цілісний організм, його стратегія повинна бути комплексною, охоплювати всі напрямки діяльності, а особливо включаючи соціальну складову - найважливіший елемент його кадрового, виробничого та економічного потенціалу. У розвинених країнах у соціальну складову бізнесу входять питання регулювання соціально-трудова відносин, соціальні програми, заходи щодо забезпечення екологічної безпеки виробництва, а в окремих випадках - заходи щодо стимулювання економічного та соціального розвитку всього суспільства. Соціальна складова є не що інше, як соціальна відповідальність підприємства.

Соціальна відповідальність бізнесу (далі - СВБ) є важливою складовою стратегії розвитку підприємств в Україні. Це поняття означає, що бізнес-організації беруть на себе відповідальність перед громадськістю і природним середовищем, в якому вони діють.

Відповідно до розробленої «Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року» необхідність розвитку СВБ в Україні зумовлена такими чинниками, як: низький рівень корпоративної культури; правовий нігілізм і деформація правової свідомості; низький рівень усвідомлення суспільством ролі бізнесу; термінологічна (нормативна) невизначеність; закритість українських компаній для широкої громадськості; нерівномірне врахування інтересів зацікавлених сторін [4].

Українські підприємства все частіше усвідомлюють важливість відповідального бізнесу та активно впроваджують СВБ-проекти. Такі проекти можуть включати в себе пожертвування благодійним організаціям, створення робочих місць для людей з особливими потребами, запровадження екологічно чистих технологій та інші ініціативи.

СВБ може мати позитивний вплив на підприємство, зокрема, збільшення його конкурентоспроможності, покращення іміджу бренду, залучення більш кваліфікованої робочої сили та підвищення рівня задоволеності споживачів.

Нинішньому етапу розвитку української держави характерна підтримка розвитку соціальної відповідальності бізнесу, зокрема, шляхом створення сприятливих умов для впровадження СВБ-проектів та пропаганди важливості цього поняття серед підприємств.

Концепція соціальної відповідальності в Україні перебуває на етапі формування. Співпраця у сфері соціального партнерства є безсистемною та фрагментарною,

відбувається на рівні окремих проєктів та ініціатив в умовах слабких інститутів громадянського суспільства і розвитку олігархічного бізнесу. Характер СББ в Україні є різноманітний і залежить від положення на ринку, рівня конкуренції, взаємин з органами державної та місцевої влади, наявності передвибірчої компанії та ін. Найбільш активними в сфері соціальної відповідальності на сьогодні є іноземні та великі вітчизняні компанії, серед них: Національний оператор мобільного зв'язку «Київстар» і Мережа АЗС «ОККО» [3].

Нині, в період війни, український бізнес проявив свою найкращу сторону – згуртувався та сконцентрувався на допомозі державі та людям. Одним з основних аспектів соціальної відповідальності в Україні під час війни є підтримка військових та волонтерів, які знаходяться на передовій. Це може включати надання фінансової допомоги, матеріальної підтримки, відправлення листів та посилок, а також активну участь у різних програмах підтримки.

Крім того, соціальна відповідальність під час війни включає підтримку тих, хто постраждав внаслідок конфлікту. Це може бути надання допомоги біженцям та внутрішньо переміщеним особам, а також фінансова допомога сім'ям загиблих та поранених військовослужбовців.

Також соціальна відповідальність під час війни включає збереження національної ідентичності та підтримку культурної спадщини. Це може означати збереження традицій та культурних звичаїв, забезпечення доступу до культурних подій та мистецьких проєктів, а також збереження історичних пам'яток.

Найбільш поміченою лишається допомога від українських компаній, що працюють у сфері телекомунікацій та мобільного зв'язку (46%). Варто зазначити, що важливим для споживачів наразі є те, щоб компанія / бренд під час військових дій в Україні в першу чергу підтримувала Збройні Сили України та захисників. Гуманітарна діяльність українських підприємств та міжнародних компаній в Україні є прикладом для всього корпоративного світу в реалізації цілей сталого розвитку та прихильності до гуманітарних цінностей. Це й гуманітарна допомога населенню, підтримка медичних закладів, евакуація та розміщення населення з районів бойових дій, організація сховищ для населення тощо. До таких компаній в першу чергу варто віднести: Asters, BASF, BAYER, Ferrexpo, ArcelorMittal, Інтерпайп, Укренерго, ДТЕК, Кернел, Метінвест [5].

На українських підприємствах здебільшого реалізуються такі елементи соціальної відповідальності:

- корпоративне управління;
- трудові відносини;
- права людини;
- охорона праці;
- чесні операційні практики;
- турбота про довкілля;
- робота із зацікавленими сторонами, з якими взаємодіє компанія (співробітниками, партнерами, споживачами, державними органами, акціонерами тощо).

До головних вигід, які отримують українські підприємства від корпоративної соціальної відповідальності, відносяться:

- збільшення залученості співробітників та їх лояльності до компанії;
- формування довіри стейкхолдерів – кола зацікавлених сторін, з якими взаємодіє компанія (партнери, клієнти, влада, громадські організації та ін.) до компанії;
- зниження репутаційних ризиків та критичності сприйняття діяльності компанії, простіше подолання кризових часів;
- впровадження інновацій;
- заощадження коштів завдяки впровадженню концепції «зеленого офісу»;
- залучення інвестицій та вихід на нові ринки [1].

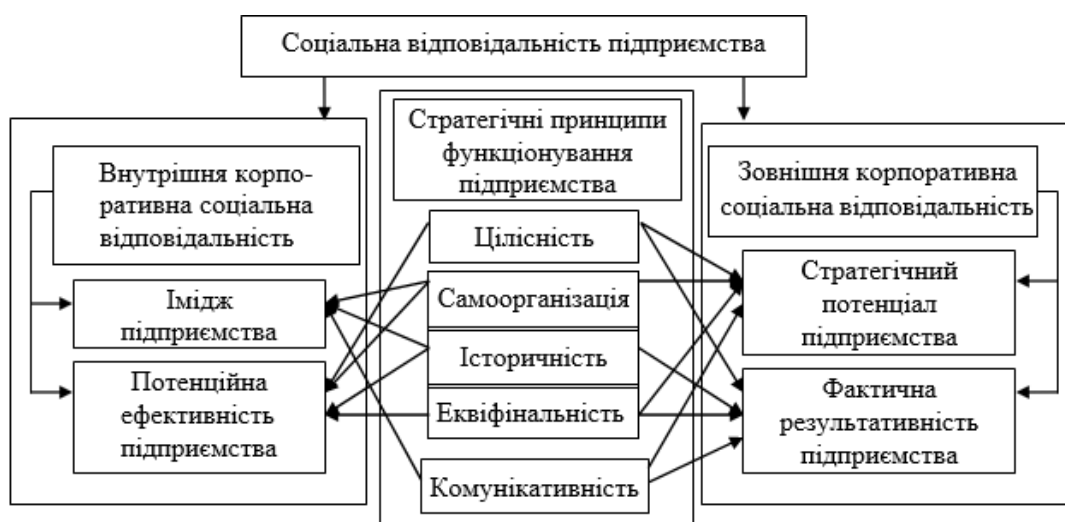


Рис. 1. Відповідність складових СВБ основним стратегічним принципам функціонування  
взято з [2]

Також відомо, що СВБ є важливим елементом ділової культури в країнах Європейського Союзу (далі - ЄС). Багато компаній у ЄС віддають перевагу виробництву, що базується на засадах соціальної відповідальності, оскільки це може сприяти досягненню успіху на довгостроковій основі.

ЄС пропонує широку розмаїтість інструментів, що допомагають підприємствам здійснювати соціальну відповідальність. Наприклад, ЄС пропонує велику кількість стандартів та сертифікацій, що допомагають підприємствам забезпечувати соціальну відповідальність на всіх етапах виробництва. Також відповідальне управління ланцюгами поставок є важливим елементом соціальної відповідальності у бізнесі. Крім того, ЄС активно працює над створенням державних програм і регуляторних політик, що сприяють розвитку соціальної відповідальності в бізнесі.

Таблиця 1

**Нормативне регулювання корпоративної соціальної відповідальності у країнах Європейського союзу**

Країна	Державні органи регулювання корпоративної соціальної відповідальності	Нормативно-правові документи
Німеччина	1. Міністерство праці та соціальної політики. 2. Міністерство з питань сім'ї, літніх людей, жінок та молоді.	Рекомендації уряду щодо «спільного розуміння соціальної відповідальності».
Велика Британія	1. Міністр з корпоративної соціальної відповідальності. 2. Міністерство бізнесу, підприємництва та реформування. 3. Департамент у справах міжнародного розвитку. 4. Департамент торгівлі та промисловості.	Підтримка урядом
Польща	1. Міністерство праці та соціальної політики. 2. Міністерство навколишнього середовища. Міністерство економіки.	Постанова про створення урядової групи зі сприяння розвитку корпоративної соціальної відповідальності та координації зусиль польської адміністрації.

взято з [7]

СВБ є важливим фактором для підтримки стійкого розвитку, добробуту спільнот та збалансованого розподілу благ у суспільстві. До шляхів покращення СВБ можна віднести:

1. Створення правової бази: Україна повинна розробити національну стратегію СВБ та створити правові механізми для її реалізації.

2. Підвищення обізнаності: сприяти підвищенню обізнаності населення і бізнесу щодо соціальної відповідальності. Можна проводити конференції, тренінги, семінари, круглі столи з цієї теми.

3. Сприяння підприємництву: держава може створювати умови для розвитку соціально відповідального бізнесу, надаючи привілеї та пільги для компаній, які виконують свої соціальні зобов'язання.

4. Розвиток діалогу: важливо створити механізми діалогу між державою, бізнесом та громадськістю з питань СВБ. Наприклад, можна створити ради зі СВБ на рівні держави, регіону, міської ради, так як у ЄС. Україна не має ані урядового органу, який міг би запроваджувати інструменти, стандарти й методики реалізації політики у цій сфері, ані розвинутої мережі неурядових організацій, які б могли підтримувати таку діяльність. Діалог на тему соціальної відповідальності загалом ведеться на рівні окремих проектів та ініціатив, без прив'язки до точних показників, можливості чітко оцінити чи підтвердити досягнутий прогрес [6].

5. Виконання соціальних зобов'язань: бізнес повинен виконувати свої соціальні зобов'язання, включаючи підтримку благодійних та культурних проектів, забезпечення екологічної безпеки, охорони здоров'я працівників і т.д.

6. Публічна звітність: компанії повинні забезпечувати публічну звітність про свої соціальні проекти та ініціативи.

**Висновки.** СВБ описує зобов'язання бізнесу перед суспільством і природою, що виходить за межі простого виробництва товарів і послуг з метою заробітку. СВБ включає в себе виконання законодавства та етичних норм, а також волонтерство, благодійність, захист довкілля, підтримку спільнот та інші дії, спрямовані на досягнення позитивного впливу на суспільство.

СВБ відіграє важливу роль у сучасному бізнесі, оскільки допомагає компаніям розвиватися у стійкий спосіб, забезпечувати гарне ставлення з боку споживачів та громадськості, збільшувати свою конкурентоспроможність і підвищувати свою репутацію. Крім цього соціальна відповідальність під час війни в Україні має особливе значення, оскільки вона стає додатковою складовою забезпечення національної безпеки та збереження національної ідентичності.

### Список використаних джерел:

1. Гусева, О. Ю. (2018). Соціальна відповідальності бізнесу в Україні: поточний стан та перспективи розвитку. Економіка. Менеджмент. Бізнес, (4), 47-55.
2. Ішполітова, І. Я., & Ревенко, О. В. (2020). Соціальна відповідальності бізнесу: стратегічний та інвестиційний аспекти.
3. Решетняк, Н. Б., Назаренко, О. В., & Єгорова, Ю. В. (2018). Соціальна відповідальності бізнесу в Україні: сучасний стан та шляхи розвитку.
4. Ровенська, В. В., Кошова, В. Ю., & Вержбицький, М. І. (2019). Корпоративна соціальна відповідальності як складник стратегії розвитку бізнесу на вітчизняних підприємствах. Проблеми системного підходу в економіці, (5 (1)), 117-122.
5. Силкіна, Ю. О. (2022). Перспективні напрями розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Економіко-правові аспекти господарювання: сучасний стан, 513.
6. Смолій, Л. В. (2015). Інституціоналізація соціальної відповідальності в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки, (4), 26-30.
7. Столярчук, Г. В., & Комар, Р. О. Роль соціальної відповідальності бізнесу при формуванні відносин України з країнами Євросоюзу. Стратегічні напрями зовнішньої політики Європейського Союзу, 187.

---

**Сорока Тетяна Сергіївна**

здобувач вищої освіти факультету економіки, менеджменту та права  
*Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, Україна*

**Павлюк Тетяна Іванівна**

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки та міжнародних відносин  
*Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, Україна*

---

## СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕНДЕНЦІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

У сучасному світі соціальна відповідальність підприємств є одним з головних питань, що стосуються бізнесу. Вона включає в себе різні аспекти, такі як економічні, соціальні та екологічні аспекти діяльності підприємства. Соціальна відповідальність підприємств є необхідною, оскільки вона відображає готовність підприємства взяти на себе відповідальність за свої дії та їх вплив на суспільство, навколишнє середовище та економіку.

Корпоративна соціальна відповідальність (з англійської – corporate social responsibility, CSR) – це метод організації корпоративної діяльності за якого компанії дотримуються принципів ділової етики та роблять соціально, екологічно й економічно важливі речі понад те, чого від них вимагають чинні норми регулювання. CSR - це не лише здатність досягати фінансових результатів, а й здатність підприємства збалансувати свої інтереси з інтересами суспільства, у якому воно функціонує [1].

Україна, як і багато інших країн, стикається з різними викликами в галузі CSR. Необхідно забезпечити сталий розвиток, зберегти природні ресурси та підтримувати добросусідні відносини з громадою та іншими зацікавленими сторонами. Однак, на відміну від країн ЄС та США, де соціальна відповідальність підприємств є широко визнаною практикою, в Україні цей процес тільки розпочинається.

У цьому контексті важливо зазначити, що у багатьох підприємств в Україні все ще домінують фінансові показники та нехтування соціальними та екологічними вимогами. Проте, деякі компанії стали прикладом відповідальної поведінки, що надає позитивний вплив на суспільство та довкілля.

Один з прикладів CSR в Україні - це компанія «Метінвест». Це великий металургійний концерн, який здійснює свою діяльність на території України та за її межами. Компанія дбає про зменшення впливу своєї діяльності на довкілля, впроваджує енергоефективні технології та здійснює ремонт та модернізацію обладнання, що дозволяє знизити викиди шкідливих речовин. Крім того, компанія здійснює соціальні ініціативи, зокрема, підтримку лікарень та шкіл в місцевих громадах, а також залучається до реалізації проектів з енергоефективності та розвитку інфраструктури.

Інший приклад CSR в Україні - компанія «Фоззі-Фуд», яка є однією з найбільших мереж супермаркетів в країні. Компанія здійснює соціальні проекти, зокрема, підтримку дитячих будинків та шкіл, а також здійснює ініціативи в галузі екології, такі як зменшення використання пластикових пакетів та упаковок. Крім того, компанія здійснює ініціативи, спрямовані на підвищення якості продуктів та збільшення їх доступності для населення.

Ще одним з прикладів соціальної відповідальності в Україні є компанія "Молокія", яка стала лідером в сфері соціальної відповідальності в сільському господарстві. Компанія активно долучається до розвитку місцевих громад, зокрема шляхом створення нових робочих місць та надання соціальної підтримки у вигляді благодійної допомоги. Крім того,



компанія вдосконалює свої технології виробництва, що сприяє збільшенню ефективності виробництва та зменшенню впливу на навколишнє середовище.

Іншим прикладом можна назвати ініціативу компанії "Епіцентр", яка запустила проект "Екосадиба" з метою створення зелених зон та покращення екологічної ситуації у містах. У рамках проекту компанія висаджує дерева та створює ландшафтні композиції на територіях навколо своїх магазинів та в інших громадських місцях.

Ще одним прикладом соціальної відповідальності в Україні є ініціатива компанії "Київстар" - найбільшого мобільного оператора в країні, яка запустила проект "Київстар в освіту" з метою підвищення рівня комп'ютерної грамотності та забезпечення доступу до цифрових технологій для дітей та молоді з малозабезпечених та віддалених регіонів. У рамках проекту компанія надає безкоштовний доступ до Інтернету та розробляє спеціальні програми для навчання комп'ютерним технологіям.

Проте, соціальна відповідальність підприємств не є лише питанням української економіки. Вона також відіграє важливу роль в економіках інших країн. Соціальна відповідальність активно та успішно впроваджується у всьому світі. Компанії не тільки вирішують проблеми суспільства, інвестуючи кошти у розвиток освіти, медицини, науки, підтримуючи соціально незахищених людей та піклуючись про екологію, вони отримують певну користь від цієї діяльності. У західних країнах соціальна відповідальність вже функціонує як стабільний соціальний інститут, який вже довів свою важливість та ефективність [2].

Наприклад, в Швеції соціальна відповідальність підприємств є однією з головних стратегій управління компаніями. Компанії забезпечують збалансованість між економічними, соціальними та екологічними показниками, проте залишаються прибутковими. Більшість шведських компаній дотримуються принципів етики та корпоративної відповідальності, зокрема, вони не дозволяють використання праці дітей, використовують екологічно чисті матеріали та технології виробництва.

Ще один приклад - компанія Patagonia, що займається виробництвом зовнішнього одягу та спорядження для людей, які займаються активним відпочинком в природі. Patagonia вважає, що її бізнес може бути корисним для збереження довкілля, тому компанія активно діє в галузі екології та соціальної відповідальності. Компанія працює над зменшенням впливу виробництва на довкілля та впровадженням екологічно чистих технологій виробництва. Крім того, Patagonia підтримує проекти зі збереження природних ресурсів та соціальні проекти, зокрема, надає фінансову допомогу для боротьби зі зміною клімату.

TOMS - ця компанія, яка спеціалізується на взутті та аксесуарах, виконує свою місію "Один за один" (One for One). Кожен раз, коли клієнт купує взуття TOMS, компанія пожертвує пару взуття дітям у країнах з низьким рівнем доходу. Крім того, TOMS займається благодійністю, пожертвувавши понад 100 мільйонів доларів на різні благодійні проекти.

Google - ця компанія, яка спеціалізується на технологіях та Інтернеті, займається соціальною відповідальністю у різних напрямках. Google відкриває центри підтримки малого бізнесу та технічну освіту в країнах з низьким рівнем розвитку. Крім того, компанія займається охороною навколишнього середовища, має велику програму з використання енергії відновлювальних джерел та підтримує ініціативи зі зменшення викидів в атмосферу.

Unilever - ця компанія, яка займається виробництвом товарів широкого споживання (косметика, продукти харчування, миючі засоби). Unilever активно займається програмами соціальної відповідальності в різних країнах світу, включаючи Україну. Компанія розробила програму "Соціальна відповідальність бізнесу", яка передбачає зменшення викидів в атмосферу та використання відновлювальних джерел енергії, збереження водних

ресурсів, охорону здоров'я, підтримку соціальних проєктів, розвиток жіночого підприємництва, підвищення рівня освіти та інші ініціативи.

Ці приклади компаній показують, що соціальна відповідальність стала не просто модним трендом, а необхідністю для бізнесу. Компанії, які демонструють високий рівень соціальної відповідальності, мають кращу репутацію, отримують більшу підтримку споживачів та можуть довше існувати на ринку. Тому соціальна відповідальність стає не просто моральним принципом, але й економічно доцільною стратегією для підприємств.

Національна рада з питань корпоративної соціальної відповідальності (НРКСВ) в Україні вже давно працює над розвитком цієї галузі та підтримкою підприємств, які діють відповідально. Також існують різноманітні проєкти та ініціативи з питань соціальної відповідальності, що допомагають у популяризації цієї проблематики та залученні нових учасників. Роботу з розробки Національної стратегії КСВ в Україні веде Ініціативна група в рамках відкритої до приєднання громадянської платформи. Сьогодні її роботу підтримує більше 120 учасників, що представляють компанії (міжнародний і національний бізнес), організації роботодавців і профспілок, громадські організації, депутатський корпус та органи влади [3].

Отже, соціальна відповідальність підприємств є важливою складовою сучасного бізнесу, який повинен забезпечувати не лише прибуток, але й дбати про соціальну та екологічну складові своєї діяльності. Українські компанії також починають розуміти важливість соціальної відповідальності та активно здійснюють соціальні та екологічні ініціативи. Проте, важливо продовжувати розвивати цю галузь та створювати умови для більш активної участі бізнесу у соціальних та екологічних проєктах. Також потрібно забезпечити більшу прозорість та відкритість підприємств у відносинах зі співробітниками, клієнтами та громадою в цілому.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кросс, С. С. (2019). Корпоративна соціальна відповідальність: практичні рекомендації. *Вісник МСФЗ*, (2), 67.
2. Грицарук, І., & Лукбей, Н. (2020). Соціальна відповідальність підприємництва: формування та реалізація в національній економіці. *Кафедра фінансового менеджменту та страхування*. 2-3. Вилучено із <http://surl.li/fomti>
3. Курінько Р. (2016). Національна стратегія КСВ в Україні: стан та перспективи. *ГУРТ*. Вилучено із <https://www.gurt.org.ua/articles/31876/>