

Богуш Л.Г.,
*кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
провідний науковий співробітник відділу досліджень
ризиків у сфері зайнятості населення,
Інститут демографії та досліджень якості життя ім. М. Птухи
Національної академії наук України*

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ЧИННИК ЙОГО РОЗВИТКУ І РЕЗИЛЬЄНТНОСТІ В СКЛАДНИХ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Соціальна відповідальність бізнесу є засадничим принципом формування і функціонування держави добробуту, що суттєво впливає на: якість взаємодії інститутів трипартизму – роботодавців, профспілок (як уповноважених представників працівників, а відтак – значної частини населення) та держави; рівень і солідарність соціального забезпечення (у ширшому вимірі цього суспільного феномену); збереження та відтворення кваліфікованої складової трудових колективів і робочої сили національної економіки загалом; вирівнювання якості життя та спектру стартових можливостей мешканців низових територіальних громад. У підсумку соціально відповідальна поведінка суб'єктів господарювання сприяє сталості та резильєнтності їх самих і держави в турбулентних умовах зовнішнього конкурентного середовища і соціально-економічних трансформацій [1, с. 56–58; 2; 3, с. 467–468, 4, с. 4].

Прояви соціально відповідальної поведінки вітчизняного бізнесу можливо досліджувати окремо щодо: особистості (працівників, їх окремих категорій, населення територіальних громад, зокрема, за місцем локалізації виробничої бази); характеристик менеджменту і перспектив суб'єктів господарювання (у т. ч. в контексті розширення можливостей їх участі в національних і регіональних програмах галузевого і територіального розвитку, соціальної допомоги, захисту, відповідальності); держави (зокрема, в контексті свідомого добросовісного дотримання соціально-трудова прав зайнятих, збереження та розвитку людського і трудового потенціалу виробничих колективів і територіальних громад, оптимізації нефінансової складової підприємницької діяльності та звітності з урахуванням орієнтирів конкурентного іміджу вітчизняного бізнесу на зовнішніх ринках) [1, с. 58–60; 3, с. 469–470; 4, с. 1, 4; 5, с. 141].

Зміст та масштаби соціальної відповідальності бізнесу в період воєнного стану зазнали очікуваних та відчутних трансформацій, водночас продовжуючи зберігати низку основоположних аспектів і напрямів, зумовлених пріоритетами підтримання конкурентоспроможності, корпоративного відтворення і розвитку в

глобалізованому світі виробничих, підприємницьких, логістичних, маркетингових інновацій. Численні вітчизняні дослідження підтверджують, що в період воєнного стану суб'єкти господарювання, менеджмент яких зорієнтовано на збереження та підвищення власної конкурентоспроможності у завданнях долучення до державних програм, підвищення ефективності їх реалізації, ствердження і розширення присутності на зовнішніх ринках збуту, виявляють високу активність соціальної відповідальності, спрямованої як на власний персонал, так і на реалізацію відповідних цілей громад і суспільства загалом [3, с. 471–473; 4, с. 1–2; 5, с. 141–145]. Характерними проявами соціальної відповідальності бізнесу України у період воєнного стану стали: виплата повноцінної заробітної плати, реалізація пакетів соціальних гарантій найманим працівникам в умовах специфічних виробничих і логістичних ускладнень господарювання; надання допомоги у виконанні спектру оборонних програм (у т. ч. згідно із державними і територіальними завданнями розбудови оборонної інфраструктури, забезпечення озброєнням, комплектуючими і витратними матеріалами до нього), а також збройним силам і підрозділам ТРО; участь в переміщенні, поліпшенні якості життя (зокрема, евакуації, розміщенні, наданні гуманітарної допомоги, медичному обслуговуванні, працевлаштуванні) постраждалого населення, розвитку сфери продуктивної зайнятості ВПО [3, с. 471–473; 4, с. 1–2; 5, с. 141–145].

Серед основних проблем стимулювання соціальної відповідальної поведінки суб'єктів, господарюючих в Україні, розширення спектру і масштабів відповідних проектів нині, зазвичай, відмічають [1, с. 61; 2; 3, с. 469; 5, с. 141, 146]:

- послаблення мотивацій бізнес-спільноти до реалізації соціально відповідальної поведінки через недоліки її нормативно-правового стимулювання, об'єктивну обмеженість таких фіскальних стимулів;
- нерозвинутість організаційно-правових умов реалізації на вітчизняних теренах європейського досвіду соціальної відповідальності бізнесу на тлі порівняно менших фінансових можливостей підприємств;
- доволі низький рівень корпоративного і суспільного усвідомлення ролі соціальних гарантій персоналу та зорієнтованих зовні соціальних заходів у менеджменті зміцнення конкурентних позицій бізнес-структур, що призводить до заниження інвестицій за програмами соціальної відповідальності;
- брак регіональних програм розвитку соціально відповідального господарювання (у т. ч. в аспекті завдань збереження довкілля, територіальних спільнот і їх трудового потенціалу), пов'язаних із відповідними заходами держави та благодійних організацій;

– накопичення негараздів у підвищенні рівня охоплення такими програмами і заходами як населення, так і територій, постраждалих внаслідок військових дій, через зростаючу дестабілізацію бізнес-середовища та економіки.

Як очікується, складнощі періоду повоєнного відновлення (пов'язані, насамперед, із масштабами руйнувань виробничої, житлової, транспортної і громадської інфраструктури, дефіцитом і транскордонним відтоком робочої сили, особливо працівників висококваліфікованих та з молодших працездатних категорій; галузевим і територіальним дисбалансом інвестиційних програм) стануть значним викликом для реалізації заходів соціальної відповідальності бізнесу в Україні, що реагуватиме передусім на спектр суто господарських проблем, особливо відчутних в умовах об'єктивного зниження інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності вітчизняної економіки загалом. Відтак, у контексті Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 р., держава має визначити базову підтримку (нормативну, фіскальну, адміністративну, маркетингову), на яку може розраховувати соціально відповідальний бізнес, у т. ч. зважаючи на спектр можливих господарських ризиків на територіях, різною мірою уражених бойовими діями [4, с. 2–3].

Список використаних джерел:

1. 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.

2. Букресва Д.С., Денисенко К.В. Соціальна відповідальність бізнесу 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>

3. Пучкова С. Соціальна відповідальність бізнесу: основні складові та пріоритетні напрями реалізації. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2023. № 6. С. 467–474.

4. Коваль О.П. Корпоративна соціальна відповідальність під час війни та в повоєнному відновленні. Київ: Центр економічних і соціальних досліджень НІСД, 2024. С. 1–4. URL: <https://surl.li/uwdygl>.

5. Захарова О.В., Орел А.О. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні під час повномасштабного воєнного вторгнення РФ. *Трансформаційна економіка*. 2023. № 5 (05). С. 140–147. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-5-24>