

2. *Розвиток КСВ в Україні 2010-2018. CSR Ukraine.* <https://surl.li/nvetaw>

3. Вараксіна, О., Шульга, В. (2023). Роль корпоративної культури у сучасному бізнес-середовищі. *Економіка та суспільство*, (49). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-63>

Зозуля Н.,
здобувач вищої освіти,
Сергєєва О.Р.,
кандидат наук з державного управління, доцент,
доцент кафедри прикладної економіки, торгівлі та публічного управління,
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В ТОРГІВЛІ

Соціальна відповідальність бізнесу в сфері торгівлі є важливою складовою сучасної економіки та одним із ключових чинників сталого розвитку суспільства. Вона передбачає добровільне зобов'язання підприємств діяти не лише з метою отримання прибутку, а й з урахуванням інтересів споживачів, працівників, партнерів, місцевих громад і довкілля. У сфері торгівлі соціальна відповідальність має особливе значення, оскільки торговельні компанії безпосередньо взаємодіють із населенням та впливають на якість життя людей.

Одним із найважливіших напрямів соціальної відповідальності є відповідальність перед споживачами. Торговельні підприємства зобов'язані забезпечувати реалізацію якісних і безпечних товарів, надавати достовірну інформацію про їх склад, походження та термін придатності. Чесна реклама, прозоре ціноутворення та можливість повернення товару формують довіру клієнтів. Наприклад, компанія ІКЕА відкрито інформує покупців про походження сировини та дотримується міжнародних стандартів безпеки продукції, що підвищує рівень довіри до бренду.

Не менш важливою є відповідальність перед працівниками. Сфера торгівлі забезпечує роботою значну кількість людей, тому створення безпечних умов праці, гідної заробітної плати та можливостей для професійного розвитку є необхідною умовою соціально відповідального бізнесу. Компанії повинні дотримуватися принципів рівності та недискримінації. Прикладом може бути діяльність Н&М, яка впроваджує програми контролю умов праці на підприємствах-постачальниках і підтримує ініціативи щодо покращення соціальних стандартів у виробництві одягу.

Важливим аспектом є екологічна відповідальність. Торговельні мережі впливають на довкілля через використання упаковки, споживання енергії,

логістичні процеси та утворення відходів. Соціально відповідальні компанії прагнуть зменшити використання пластику, впроваджують енергоефективні технології та підтримують переробку відходів. Так, компанія Carrefour реалізує програми скорочення пластикової упаковки та зменшення харчових відходів, демонструючи екологічно орієнтований підхід до ведення бізнесу.

Окрему роль відіграє відповідальність перед суспільством і місцевими громадами. Торговельні підприємства можуть підтримувати благодійні ініціативи, брати участь у гуманітарних проєктах, сприяти розвитку локальних виробників і створювати нові робочі місця. В Україні прикладом такої діяльності є АТБ-Маркет, яка долучається до соціальних та гуманітарних програм і підтримує населення у складних умовах.

Соціально відповідальне ведення бізнесу – один із центральних напрямів стратегії корпорації «АТБ». Програми та проєкти, спрямовані на розвиток суспільства, допомогу людям, підтримку громад і благодійність, є невід’ємною частиною діяльності компанії.

1. Соціальний споживчий кошик. Компанія реалізує програму «Соціальний кошик АТБ», у рамках якої забезпечує низькі ціни на базові продукти харчування та соціально важливі товари. Це досягається шляхом оптимізації логістики, зниження витрат на рекламу та впровадження ефективних технологій. Завдяки цьому ціни на такі товари можуть бути на 10-15% нижчі за середньоринкові – що робить продукти доступнішими для широких верств населення.

2. Підтримка міст і громад. Корпорація щороку виділяє значні кошти (понад 50 млн грн) на вирішення соціальних та комунальних проблем у містах, де працюють магазини мережі. Ці кошти спрямовують на: ремонти та будівництво доріг; облаштування і реконструкцію дитячих майданчиків; ремонт систем газопостачання; озеленення територій; покращення зовнішнього освітлення; підготовку житлово-комунального господарства до осінньо-зимового періоду.

Це сприяє підвищенню якості життя в громадах і розвитку інфраструктури.

3. Благодійність і допомога людям. Компанія активно займається благодійністю та реалізує конкретні соціальні проєкти: підтримка ветеранів та їх сімей, учасників бойових дій – щомісяця продуктові набори на передову і в зону бойових дій; загальна сума таких програм може сягати мільйонів гривень; участь у національних благодійних платформах – наприклад, мережа приєдналася до платформи «ЄДопомога», де благодійники можуть придбати електронні сертифікати на покупки в магазинах АТБ для людей у складних життєвих обставинах (переселенців, постраждалих від війни тощо).

Такі ініціативи дозволяють компанії не лише надавати допомогу, а й створювати механізми підтримки для найуразливіших груп населення.

4. Спонсорські проекти. АТБ не обмежується тільки продуктовою допомогою. В минулому корпорація була партнером та спонсором різних соціальних заходів, зокрема спортивних турнірів та благодійних матчів, які збирали кошти для дітей переселенців чи інших потребуючих. Ці заходи сприяють розвитку спортивного руху та формуванню активної, здорової спільноти.

5. Соціальна відповідальність у сфері зайнятості. АТБ також активно працює над соціальною політикою всередині компанії: створює тисячі робочих місць по всій Україні (компанія входить у рейтинг найбільших роботодавців); гарантує можливість професійного зростання для своїх співробітників; розвиває корпоративні програми навчання та підготовки кадрів.

Це сприяє не лише зайнятості, а й підвищенню рівня професійних навичок у працівників.

6. Вплив на економіку. Суттєвим внеском у соціальну відповідальність є також величезні податкові надходження до бюджету країни та місцевих громад, які формуються за рахунок діяльності мережі. Це допомагає підтримувати державні витрати на освіту, медицину, соціальні програми тощо.

Соціальна відповідальність АТБ-Маркет - це комплексний підхід, який включає доступні ціни на продукти, допомогу громадам, благодійні ініціативи, підтримку ветеранів та соціальні програми для населення. Компанія не лише продає товари, а й активно працює над тим, щоб покращити умови життя людей, особливо в складні часи.

Отже, соціальна відповідальність бізнесу в сфері торгівлі є не лише моральним обов'язком, а й стратегічною необхідністю. Вона сприяє зміцненню репутації компаній, підвищенню довіри споживачів і забезпеченню довгострокової стабільності. У сучасному світі успішним є той бізнес, який поєднує економічну ефективність із турботою про людей та довкілля.

Список використаних джерел:

1. *Корпоративна соціальна відповідальність. Благодійний фонд «АТБ».*
Електронна стаття, режим застосування: [https://](https://https://www.atb.ua/page/charity_fond)
https://www.atb.ua/page/charity_fond