



BUSINESS AND TRADE

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ТОРГІВЛЯ

УДК 658.3

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У БІЗНЕСІ

Вікторія Васюта; Марія Крат

*Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка», Полтава, Україна*

Резюме. Присвячено дослідженню соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) як ключового елемента сучасного підприємництва. Автори висвітлюють різні аспекти СВБ, включаючи екологічну, соціальну та економічну відповідальність. Наголошено, що впровадження СВБ сприяє сталому розвитку, підвищенню репутації бізнесу, зміцненню довіри споживачів і партнерів, а також підвищенню конкурентоспроможності. Зазначено, що реалізація відповідальних практик дозволяє гармонізувати відносини між бізнесом, суспільством і довкіллям. Виділено основні напрями СВБ: фінансова відповідальність, екологічні ініціативи, захист прав працівників та підтримка громад. Показано, що інтеграція принципів ESG (екологія, соціум, управління) сприяє формуванню довготермінових бізнес-стратегій. Як приклад успішного впровадження СВБ наведено кейси міжнародних і українських компаній, таких, як Unilever та Patagonia, які демонструють позитивний вплив на громади і навколишнє середовище через екологічні ініціативи, благодійні програми та розвиток корпоративної культури. Окрему увагу приділено викликам, які постають перед підприємствами при впровадженні СВБ. Серед них – високі фінансові витрати, недостатній рівень обізнаності, слабка нормативна база, а також ризик зниження довіри через поверхове впровадження відповідальності. Наведено приклади можливих шляхів подолання цих перешкод, включаючи розвиток корпоративної культури, створення фінансово-економічної підтримки для ініціатив СВБ та уніфікацію регуляторних механізмів. Підкреслено, що соціальна відповідальність бізнесу сприяє не тільки сталому розвитку суспільства, а й забезпечує додаткові переваги для підприємств. Відповідальні компанії підвищують свою репутацію, приваблюють лояльних клієнтів, зменшують юридичні та екологічні ризики й відкривають нові ринки. Соціальна відповідальність стає невід'ємною частиною сучасної бізнес-стратегії, що спрямована на створення гармонійного і стійкого майбутнього. Наголошено на значущості впровадження принципів соціальної відповідальності в діяльність підприємств як важливого чинника для досягнення сталого розвитку та зміцнення конкурентоспроможності в сучасному бізнес-середовищі.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, сталий розвиток, екологічна відповідальність, принципи ESG, бізнес-середовище.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2025.01.167

Отримано 13.12.2024

UDC 658.3

SOCIAL RESPONSIBILITY IN BUSINESS

Viktoriia Vasiuta; Krat Mariia

National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic», Poltava, Ukraine

Summary. The article is devoted to the study of corporate social responsibility (CSR) as a key element of modern entrepreneurship. The authors cover various aspects of CSR, including environmental, social and economic responsibility. It is noted that the implementation of CSR contributes to sustainable development,

enhancing business reputation, strengthening consumer and partner trust, and increasing competitiveness. It is noted that the implementation of responsible practices helps to harmonize relations between business, society and the environment. The article highlights the main areas of CSR: financial responsibility, environmental initiatives, protection of workers' rights and community support. It is shown that the integration of ESG principles (ecology, society, governance) contributes to the formation of long-term business strategies. As an example of successful implementation of CSR, cases of international and Ukrainian companies, such as Unilever and Patagonia, are given, demonstrating a positive impact on communities and the environment through environmental initiatives, charitable programs and the development of corporate culture. Special attention is paid to the challenges that enterprises face when implementing CSR. Among them are high financial costs, insufficient awareness, weak regulatory framework, and the risk of reduced trust due to superficial implementation of responsibility. Examples of possible ways to overcome these obstacles are given, including the development of corporate culture, the creation of financial and economic support for CSR initiatives, and the unification of regulatory mechanisms. The article emphasizes that corporate social responsibility not only contributes to the sustainable development of society, but also provides additional benefits for enterprises. Responsible companies enhance their reputation, attract loyal customers, reduce legal and environmental risks, and open up new markets. Social responsibility is becoming an integral part of a modern business strategy aimed at creating a harmonious and sustainable future. The article emphasizes the importance of introducing social responsibility principles into the activities of enterprises as an important factor for achieving sustainable development and strengthening competitiveness in the modern business environment.

Key words: social responsibility of business, sustainable development, environmental responsibility, ESG principles, business environment.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2025.01.167

Received 13.12.2024

Постановка проблеми. Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) є однією з ключових концепцій сучасного підприємництва, що інтегрує соціальні, екологічні та економічні аспекти діяльності. Проте, попри зростання уваги до СВБ, залишається низка проблем, пов'язаних із її впровадженням, зокрема, високі фінансові витрати, недостатній рівень обізнаності та відсутність ефективних регуляторних механізмів. Це створює виклики для підприємств, які прагнуть реалізувати відповідальні ініціативи без втрати конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки соціальна відповідальність бізнесу стала важливою темою наукових досліджень. Значний внесок у її вивчення зробили такі дослідники, як О. Є. Кузьмін [1], Н. С. Станасюк [1], О. З. Уголькова [1], І. В. Осадчук [2], Н. В. Кириченко [2], С. Ю. Боліла [2], О. В. Длугопольський і Д. М. Олійник [5] та інші. Їхні праці присвячені аналізу концепції СВБ, визначенню її основних принципів і практичних аспектів упровадження. Науковці досліджували такі ключові питання, як вплив соціальної відповідальності на стійкий розвиток підприємств, реалізація принципів ESG (екологія, соціум, управління) та ефективність співпраці бізнесу з громадами. Проведений аналіз охоплював також проблематику бар'єрів, які стримують поширення відповідальних практик, зокрема фінансові витрати та недосконалість нормативно-правового регулювання.

Метою дослідження є аналіз новітніх підходів до реалізації соціальної відповідальності бізнесу, визначення основних бар'єрів та можливостей її впровадження.

Постановка завдання. Для досягнення мети необхідно розглянути сутність соціальної відповідальності бізнесу та її ключові компоненти; дослідити основні підходи до впровадження принципів СВБ у діяльність підприємств; проаналізувати роль принципів ESG (екологія, соціум, управління) у формуванні відповідальних бізнес-стратегій; виявити бар'єри на шляху реалізації СВБ та запропонувати шляхи їх подолання. Для розв'язання поставлених задач було використано теоретичні методи дослідження: аналіз, синтез, узагальнення, системний підхід, а також методи порівняння.

Виклад основного матеріалу. Термін «соціальна відповідальність» можна визначити як етичні рамки, у межах яких окремі особи або організації беруть на себе зобов'язання виконувати свій громадянський обов'язок і вживати заходи, що сприяють

загальному добробуту суспільства. Якщо підприємство чи особа обирає дії, які можуть завдати шкоди суспільству або навколишньому середовищу, такі дії розглядаються як соціально безвідповідальні. Відповідно до цієї ідеї, керівники повинні приймати рішення, які не лише збільшують прибуток, але й враховують інтереси громади та суспільства загалом [1].

СВБ є одним із ключових понять у сучасному бізнес-середовищі, що наголошує на важливості врахування соціальних, економічних та екологічних аспектів підприємницької діяльності. По суті, це означає, що компанії несуть відповідальність не лише перед своїми акціонерами та власниками, а й перед суспільством у цілому. Це означає, що компанії повинні прагнути справляти позитивний вплив на громади, підтримувати сталий розвиток і дотримуватися етичних принципів. Концепції СВБ охоплюють кілька областей. Перший – це фінансова відповідальність, яка зосереджена на створенні робочих місць, сплаті податків і чесному веденні бізнесу. По-друге, екологічна відповідальність спрямована на зменшення негативного впливу на навколишнє середовище, від скорочення викидів до використання відновлюваних джерел енергії. По-третє, включає підтримку громади та захист прав працівників. Соціальна відповідальність включає дотримання чесної конкуренції, операційну прозорість і увагу до споживачів. Вона охоплює кілька ключових напрямків, кожен із яких спрямований на вирішення конкретних питань і формування позитивного впливу на суспільство та довкілля, а також підтриманні сталого розвитку. Компанії, що дотримуються принципів економічної відповідальності, прагнуть працювати прозоро, чесно й ефективно, пропонуючи якісні товари або послуги за справедливими цінами. Вони також інвестують у розвиток своїх співробітників, надаючи можливості для навчання, професійного зростання та гідної оплати праці. Екологічна відповідальність стає дедалі важливішою в умовах глобальної кліматичної кризи. Багато компаній сьогодні впроваджують практики, спрямовані на зменшення негативного впливу на довкілля. Це може передбачати використання відновлюваних джерел енергії, запровадження енергоефективних технологій, скорочення кількості відходів, переробку матеріалів та застосування екологічно безпечних ресурсів.

Соціальна відповідальність зосереджується на турботі про суспільство та громади, з якими взаємодіє бізнес. Вона може проявлятися у вигляді благодійних ініціатив, фінансової підтримки освітніх або медичних програм, реалізації проєктів, спрямованих на поліпшення інфраструктури чи підтримання вразливих категорій населення. Турбота про співробітників також є частиною цього напрямку. Компанії забезпечують безпечні умови праці, рівні можливості для всіх та створюють корпоративну культуру, де цінується добробут кожного. Кожен із цих напрямків підкреслює багатогранність соціальної відповідальності бізнесу. Разом вони формують єдиний підхід, де бізнес стає не лише інструментом для отримання прибутку, але й важливим гравцем у створенні стійкого та гармонійного майбутнього для всього суспільства.

Удосконалення корпоративного управління може допомогти покращити доступ до капіталу, збільшити доходи та забезпечити зростання продуктивності компанії. Інвестиції в екологічно чисті технології окупляться в майбутньому завдяки збільшенню доходів. Соціальна відповідальність охоплює три ключові аспекти: людей, фінанси та природу. Вона має приносити користь як суспільству, так і бізнесу, адже ці аспекти є важливими для будь-якої компанії. Розширюючи заходи для зміцнення довіри, організації перетворюють соціальну відповідальність на джерело корпоративних соціальних переваг.

Репутація соціального підприємництва допомагає навіть великим компаніям знаходити нові ринки, пропонувати нові послуги на існуючих ринках, розширювати існуючі ринки збуту і т. д. Соціальна відповідальність бізнесу приносить компаніям

значні переваги. Вона допомагає покращити репутацію, залучити лояльних клієнтів і партнерів, а також підвищити мотивацію працівників. Відповідальні практики зменшують ризики, пов'язані з юридичними чи екологічними проблемами, і відкривають нові можливості для розвитку. Соціально відповідальний бізнес не лише сприяє суспільному добробуту, але й підвищує власну конкурентоспроможність і стабільність компаній, виводить на вищий рівень на ринку [2].

Упровадження соціальної відповідальності бізнесу супроводжується низкою перешкод, які можуть впливати на ефективність цих ініціатив та їхню стійкість. Одним із головних бар'єрів є фінансові витрати. Реалізація соціальних і екологічних програм часто потребує значних інвестицій. Наприклад, перехід на екологічно чисті технології чи модернізація виробництва для зменшення викидів може бути дорогорартісним, особливо для малого бізнесу. Також витрати на благодійні проекти, підтримку громад або створення безпечних умов праці іноді здаються непосильними для компаній із обмеженими ресурсами. Іншим викликом є недостатній рівень обізнаності та культури відповідальності. У багатьох організаціях, особливо в тих, які працюють у країнах із нестабільною економікою, поняття соціальної відповідальності ще не є повністю зрозумілим чи прийнятим. Деякі підприємці вважають СВБ зайвою витратою ресурсів, яка не приносить прямої вигоди. Це ускладнює впровадження відповідних практик, оскільки потрібно змінювати корпоративне мислення і переконувати керівництво у важливості цих ініціатив. Ще одним бар'єром є відсутність чітких регуляторних механізмів і стандартів. У багатьох країнах законодавство щодо корпоративної відповідальності залишається нечітким або мінімальним. Це створює ризики для недобросовісних компаній, які можуть використовувати поняття СВБ лише як маркетинговий інструмент, не виконуючи реальних дій. У таких умовах компанії, які справді намагаються бути відповідальними, можуть зіштовхуватися з недовірою з боку споживачів або партнерів. Іноді СВБ сприймається як «маркетинговий трюк» або спосіб створення позитивного іміджу без реального впливу. Якщо дії компанії не підкріплені результатами, громадськість або клієнти можуть скептично ставитися до таких ініціатив. Це може зашкодити репутації бізнесу, якщо він не відповідає своїм заявам.

Крім того, компанії можуть зіткнутися зі спротивом всередині своїх організацій. Часто навіть співробітники та керівництво не готові до змін або не розуміють, як відповідальність впливає на їхні власні обов'язки. Це вимагає подальших зусиль з навчання персоналу та розвитку корпоративної культури, орієнтованої на сталий розвиток. Український бізнес зіткнувся з новими викликами під час війни, але водночас поставив перед собою нові цілі. Наша перемога стає можливою завдяки соціальній відповідальності та активній участі бізнесу й суспільства. Агресор намагався зруйнувати економіку країни, поставивши більшість українців на межу виживання та голоду, проте його очікування не справдилися. Великі компанії не лише зберегли свої соціальні програми, а й підняли їх на новий рівень, орієнтуючись на впровадження принципів ESG.

ESG – це принципи сталого комерційного розвитку: відповідальне ставлення до навколишнього середовища (E – Environment); висока соціальна відповідальність (S – Society); висока якість корпоративного управління (G – Governance). Більшість українських компаній не тільки беруть участь у різних соціальних волонтерських проектах, спрямованих на підтримання населення, армії, а й вирішують складні екологічні проблеми, викликані військовими діями на території нашої країни. У той же час розробляються і удосконалюються ефективні методи управління підприємствами соціальними проектами, створюються різні фонди співпраці, які залучають не тільки вітчизняні підприємства, а й міжнародні організації [3].

Unilever є одним із провідних прикладів успішного впровадження соціальної відповідальності в Україні. Компанія ставить перед собою мету до 2025 року випустити

виключно екологічно безпечне пакування, яке можна переробляти, і зменшити використання первинного пластику на 50%. В умовах пандемії Covid-19 Unilever забезпечила понад 50 лікарень дезінфекційними засобами та підтримала 1700 шкіл, допомагаючи їм безпечно проводити освітні заходи. Крім того, проєкт Dove #ShowUs закликав до боротьби зі стереотипами про жіночу красу, пропагуючи різноманітність через використання реальних, не відретушованих зображень жінок. Ще одним успішним прикладом упровадження соціальної відповідальності в бізнес є Patagonia, американська компанія з виробництва одягу, яка фокусується на захисті довкілля. Patagonia не лише використовує екологічно чисті матеріали у виробництві, але й закликає клієнтів ремонтувати одяг замість купівлі нового. Бренд інвестує частину своїх доходів у підтримку екологічних проєктів та активістських рухів. Відомою є їхня ініціатива «1% для планети», за якою цей відсоток доходів спрямовується на програми захисту природи. Обидві компанії демонструють, як соціальна відповідальність може бути інтегрована у бізнес-стратегію, приносячи користь суспільству та довкіл्लю, водночас зміцнюючи позиції бренду [4, 5].

Майбутнє соціальної відповідальності бізнесу обіцяє стати ще більш значущим компонентом глобального розвитку, враховуючи зростаючі екологічні виклики, посилення соціальних проблем і зміни в очікуваннях споживачів. Однією з ключових тенденцій є перехід до інтеграції принципів ESG у корпоративні стратегії. Компанії зосереджуються на створенні довготермінових ініціатив, які враховують екологічну стійкість, соціальний вплив і прозорість управління. У сфері екологічної відповідальності акцент зміщується на впровадження технологій із нульовими викидами, розвиток кругової економіки, скорочення енергоспоживання та підтримання відновлюваних джерел енергії. Наприклад, компанії все частіше використовують інноваційні підходи, такі, як створення продуктів із перероблених матеріалів чи впровадження водоощадних технологій. Це стає не лише необхідністю в умовах кліматичної кризи, але й значною конкурентною перевагою на ринку. Соціальний аспект СВБ також зазнає змін. Багато бізнесів розширюють свої ініціативи, спрямовані на підтримання освіти, розвиток інклюзивності, підтримання здоров'я громад і допомогу малозабезпеченим. У світі після пандемії Covid-19 увага до психічного здоров'я працівників, створення комфортних умов праці та забезпечення рівних можливостей набуває особливої актуальності. Управлінські аспекти також зазнають змін. Тенденція до прозорості та відповідальності в управлінні компаніями посилюється, оскільки споживачі, інвестори та партнери все частіше очікують звітності про вплив бізнесу на суспільство та екологію. Використання технологій, таких, як блокчейн, для моніторингу ланцюжків поставок та забезпечення етичності в бізнес-процесах, також набуває популярності. Серед головних викликів майбутнього – інтеграція СВБ в усі рівні бізнесу. Це вимагає глибокої перебудови корпоративної культури, розширення навичок працівників і залучення нових спеціалістів із питань сталого розвитку. Крім того, важливим залишається розвиток міжнародних стандартів і політик, які сприятимуть уніфікації підходів до СВБ у різних країнах. Ця глобальна гармонізація дозволить забезпечити більшу довіру між бізнесом і суспільством.

Висновок. Можна сказати, що реалізація соціально відповідальних заходів сприяє стабільному розвитку сучасних підприємств і реалізації концепції сталого розвитку, збалансуванню векторів економічного, соціального та екологічного розвитку й досягненню їх органічного поєднання в діяльності компанії. Врахування факторів соціальної відповідальності в діяльності підприємства дозволить збільшити обсяг соціальних інвестицій, поліпшити імідж підприємства й підвищити його привабливість як учасника бізнес-середовища. Ключовою умовою ефективного впровадження

соціальної відповідальності на будь-якому підприємстві є забезпечення його фінансово-економічної підтримки.

Conclusions. It can be said that the implementation of socially responsible measures contributes to the stable development of modern enterprises and the implementation of the concept of sustainable development, balancing the vectors of economic, social and environmental development and achieving their organic combination in the company's activities. Taking into account social responsibility factors in the activities of an enterprise will increase the volume of social investments, improve the image of the enterprise and increase its attractiveness as a participant in the business environment. A key condition for the effective implementation of social responsibility in any enterprise is ensuring its financial and economic support.

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. DOI: <https://doi.org/10.23939/smeu2021.02.056>
2. Осадчук І. В., Кириченко Н. В., Боліла С. Ю. Соціально відповідальні практики співпраці суб'єктів господарювання, місцевої влади та громад. Економіка та держава. 2020. № 6. С. 155–159. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/6_2020/29.pdf (дата звернення: 06.12.2024). DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.6.155>
3. Vladymyr O., Bazhanova N. Social challenges and social responsibility of business in wartime. Socio-Economic Problems and the State. 2022. Vol. 27. No. 2. P. 45–62. DOI: <https://doi.org/10.33108/sepd2022.nom2.045>
4. Корпоративна соціальна відповідальність. Кейси 5 міжнародних компаній в Україні. URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/press-room/deloitte-press/2022/corporate-social-responsibility.html> (дата звернення: 08.12.2024).
5. Длугопольський О. В., Олійник Д. М. Соціальна відповідальність бізнесу: приклади розвинутих країн світу для України. Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій. 2020. № 2 (6). С. 265–273. DOI: <https://doi.org/10.32750/2020-0225>

References

1. Kuzmin O. E., Stanasiuk N. S., Ugolkova O. Z. (2021) Sotsial'na vidpovidal'nist' biznesu: ponyattya, typolohiya ta chynnyky formuvannya [Social responsibility of business: concept, typology and factors of formation]. Menedzhment ta pidpryjemnytvo v Ukraini: etapy stanovlennja ta problemy rozvytku, no. 2 (6). pp. 56–64. DOI: <https://doi.org/10.23939/smeu2021.02.056>
2. Osadchuk I. V., Kyrychenko N. V., Bolila S. Yu. (2020) Sotsial'no vidpovidal'ni praktyky spivpratsi sub'yektiv hospodaryuvannya, mistsevoyi vlyady ta hromad [Socially responsible practices of cooperation between business entities, local authorities and communities] Ekonomika ta derzhava, no. 6, pp. 155–159. Available at: http://www.economy.in.ua/pdf/6_2020/29.pdf (accessed: 06 December 2024). DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.6.155>
3. Vladymyr O., Bazhanova N. (2022) Social challenges and social responsibility of business in wartime. Socio-Economic Problems and the State, vol. 27, no. 2, pp. 45–62. DOI: <https://doi.org/10.33108/sepd2022.nom2.045>
4. Korporatyvna socialjna vidpovidal'nistj. Kejsy 5 mizhnarodnykh kompanij v Ukraini [Corporate social responsibility. Cases of 5 international companies in Ukraine]. Available at: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/press-room/deloitte-press/2022/corporate-social-responsibility.html> (accessed: 08 December 2024).
5. Dluhopolsjkyj O. V., Olijnyk D. M. (2020) Sotsial'na vidpovidal'nist' biznesu: pryklady rozvynutykh krayin svitu dlya Ukrainy [Social responsibility of business: examples of developed countries of the world for Ukraine] Jevropejsjkyj naukovyj zhurnal Ekonomichnykh ta Finansovykh innovacij, no. 2 (6), pp. 265–273. DOI: <https://doi.org/10.32750/2020-0225>