

Лілія МЕЛЬНИЧУК

здобувачка освітньо-професійної
програми «Менеджмент», ЗУНУ

Науковий керівник – к.е.н., доцент, доцент кафедри
менеджменту, публічного управління та персоналу
ЗУНУ Олександра ОВСЯНЮК-БЕРДАДІНА

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Соціальна відповідальність підприємств була і залишається важливим елементом їхньої діяльності. Компанії, які активно впроваджують соціально відповідальні практики, роблять вагомий внесок у розвиток суспільства, зокрема через дбайливе ставлення до довкілля та турботу про власний персонал. Демонстрація високого рівня соціальної відповідальності позитивно впливає на фінансові показники бізнесу, адже сприяє успішному розвитку підприємств, підвищенню їхньої конкурентоспроможності та зміцненню зв'язку з цільовою аудиторією.

Після запровадження воєнного стану більшість українських компаній, а також значна частина міжнародних корпорацій, визначили свою позицію щодо війни, зосередившись на підтримці Збройних сил України та допомозі населенню. Таким чином, реалії війни та тимчасова окупація частини територій країни істотно вплинули на зміст соціальної відповідальності бізнесу. Вона все частіше проявляється у формі фінансової підтримки оборони, забезпечення транспорту, участі в волонтерських ініціативах, а також безкоштовному наданні товарів, послуг і ресурсів для потреб армії.

У період війни підприємства, окрім прагнення до отримання прибутку, все частіше орієнтуються на створення користі для суспільства. У таких умовах соціальна відповідальність бізнесу набуває особливого значення для всіх груп стейкхолдерів, які зацікавлені у сприянні стабільності та добробуту в державі. Проте реалізація підприємницької діяльності стикається з низкою

суттєвих перешкод. Однією з головних проблем є зниження платоспроможності споживачів, що торкнулося як населення, так і бізнес-сектору, через загальне погіршення економічної ситуації.

Крім того, значні труднощі викликає неможливість чіткого прогнозування подальших економічних процесів, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, що пов'язано з бойовими діями та загальною нестабільністю – як економічною, так і військовою. Брак інвестицій і власних фінансових ресурсів для відновлення зруйнованого майна, а також необхідність спрямовувати накопичення на першочергові потреби, створює додаткове навантаження на бізнес.

Серйозною проблемою є також обмежений доступ до кредитних ресурсів, як для фізичних осіб, так і для підприємств. Пошкодження інфраструктури спричинило ускладнення логістичних процесів, що призвело до збільшення витрат на доставку, затягування термінів постачання та зростання ризиків проведення операцій. Усе це сприяло зменшенню як обсягів експорту, так і частки імпортованих товарів на ринку.

У сучасних реаліях ведення бізнесу в умовах воєнного стану все частіше трактується як прояв соціальної відповідальності. Із цим можна погодитися, адже збереження підприємств, підтримка зайнятості, виробництво необхідних товарів і своєчасна сплата податків мають критичне значення для економічної стабільності країни. Крім того, багато українських компаній активно долучаються до волонтерської діяльності, фінансово підтримують Збройні сили України та допомагають внутрішньо переміщеним особам і тим, хто опинився в скрутному становищі.

В умовах воєнного часу особливої ваги набуває турбота про соціальні потреби населення. У зв'язку з цим все більшої актуальності набуває розвиток соціального підприємництва. Такі підприємства не лише мають на меті отримання прибутку, але й активно працюють над вирішенням суспільно важливих проблем, що виникли внаслідок війни.

Соціальні ініціативи, які реалізуються через подібні підприємства, повинні бути орієнтовані на підтримку найбільш

вразливих верств населення – зокрема ветеранів, переселенців, осіб з інвалідністю та інших громадян, які потребують додаткової допомоги. Однак, через високий рівень невизначеності, притаманної воєнному стану, виникають труднощі з прогнозуванням, плануванням та залученням фінансування.

Для подолання цих викликів важливо залучати міжнародну технічну та фінансову підтримку, впроваджувати нові підходи до пошуку ресурсів і розробляти ефективні моделі управління ризиками, здатні забезпечити стабільність та сталий розвиток соціального бізнесу навіть у кризових умовах.

Список використаних джерел

1. Овсянюк-Бердадіна О.Ф. Соціалізація бізнесу: суспільні та ринкові прояви. Науковий погляд: економіка та управління. 2019. № 1(63). С.48-53
2. Підтримка соціального підприємництва в умовах воєнного стану. URL: <https://eba.com.ua/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-u-period-voyennogo-stanu/>