

І. А. Сазонець,
д. е. н., професор, професор кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,
ВНПЗ "Дніпровський гуманітарний університет"
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8032-3675>
А. Є. Гессен,
к. е. н., директор рекреаційного підприємства "Червоний Маяк"
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-0642-2242>
Н. Г. Яковлева-Мельник,
старший викладач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,
ВНПЗ "Дніпровський гуманітарний університет"
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1266-1813>

DOI: 10.32702/2306-6814.2025.9.34

РІВНІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ КОРПОРАЦІЙ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ

I. Sazonets,
Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department
of Tourist and Hotel and Restaurant Business, Dnipro Humanitarian University
A. Hessen,
PhD in Economics, Director of the recreational enterprise 'Chervonnyy Mayak'
N. Yakovleva-Mel'nik,
Senior Lecturer of the Department of Tourist and Hotel and Restaurant Business, Dnipro Humanitarian University

LEVELS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF DOMESTIC CORPORATIONS DURING MILITARY OPERATIONS

В статті доведено, що вітчизняні корпорації усвідомлюють важливість КСВ для підвищення своєї корпоративної вартості. КСВ розвивається в сучасній економічній науці на перетині різних загальних і цілісних соціальних теорій, вивчає управлінські та організаційні процеси в національних і міжнародних організаціях.

В роботі наведено основні визначення та рівні КСВ, починаючи від базового рівня, який вимагає від компаній виконання обов'язкових соціальних гарантій, до третього рівня, який спрямований на створення соціальної гармонії в суспільстві.

Представлений аналіз доводить, що в діяльності вітчизняних компаній присутні базовий, другий та третій рівні корпоративної соціальної відповідальності. В умовах військових дій, вітчизняні компанії формують соціальні програми та проекти, волонтерські проекти не для соціальної(нефінансової) звітності, а для практичних кроків до нормалізації соціального стану

The article proves that the vast majority of Ukrainian companies have already begun to realize the importance of corporate social responsibility for increasing their corporate value. The purpose of the article is to study the levels of corporate social responsibility of corporations and the specifics of corporate social responsibility during military operations.

It is determined that corporate social responsibility is developing in modern economic science at the intersection of various general and holistic social theories, and studies management and organizational processes in national and international organizations, which are understood as various types of cooperation and interaction between different individuals, groups and stakeholders represented in the system of national enterprises. There are many interpretations of the concept of corporate social responsibility. The most common definition is that corporate social responsibility is a model of business activity voluntarily adopted by business people that has a significant impact on the process of making strategic and tactical decisions on business development. This approach to corporate social responsibility is based on the premise that the company's philosophy, ideology, expectations and standards underlie the relationships and connections within and outside the organization.

The paper presents the main definitions and levels of corporate social responsibility, ranging from the basic level, which requires companies to fulfill mandatory social guarantees, to the third level, which is aimed at creating social harmony in society.

This analysis shows that the activities of domestic companies include the basic, second and third levels of corporate social responsibility. The companies pay salaries, taxes and other official payments on time, which is typical for the basic level of corporate social responsibility, and, in addition, they support the Armed Forces of Ukraine, support the families of employees who went to the front, and participate in volunteer programs.

In the context of military operations, domestic companies develop social programs and projects, volunteer projects not for social (non-financial) reporting, but for practical steps towards normalizing the social situation in society as a whole

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, рівні, програми, визначення, підприємства, військові дії.

Key words: corporate social responsibility, levels, programs, definitions, enterprises, military actions.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є невід'ємною частиною корпоративної репутації. В країнах Європи стейкхолдерів насамперед цікавить яку соціальну функцію виконує компанія, що виробляє, які основні її стратегічні задачі в сфері соціального розвитку. На Заході нефінансова звітність є нормою. Тому українські компанії, що реалізують програми корпоративної соціальної відповідальності є надійними партнерами, що поділяють цінності іноземних партнерів. Такі компанії легше адаптуються до західного ринку і легше спілкуються з іноземцями, для яких проекти корпоративної соціальної відповідальності є усталеним стандартом.

Переважаюча кількість українських компаній вже почали усвідомлювати важливість корпоративної соціальної відповідальності для підвищення своєї корпоративної вартості. Впровадивши КСВ, вони можуть легко відслідковувати динаміку розвитку свого бізнесу та забезпечити публічний спосіб інформування акціонерів, працівників, партнерів, клієнтів та суспільства в цілому про те, як і якими темпами компанія досягає своїх цілей соціального розвитку та реалізації корпоративної стратегії. Соціальна звітність є гармонізованою між західними та українськими компаніями, створює додаткову цінність та є каталізатором ділової та соціальної репутації компанії. Безумовно, в умовах військових дій,

вітчизняні компанії формують соціальні програми та проекти, волонтерські проекти не для соціальної(нефінансової) звітності, а для практичних кроків до нормалізації соціального стану суспільства в цілому.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Сучасні умови вітчизняної економічної дійсності вимагають застосування методів і підходів корпоративної соціальної відповідальності в українських компаніях. До теоретичних розробок в цій сфері можна віднести праці наступних вітчизняних науковців: В. В. Більська [4], В. В. Джинджоян [6, 9], І. Я. Зима [5], Л. Г. Ліпич [2], С.Е. Сардак [4], І. Л. Сазонець [1, 7], О. М. Сазонець [7, 8], А.С. Саленко [9], П. М. Скрипчук [3], А. А. Теремій [7, 8] та ін.

Незважаючи на багатий науковий доробок у сфері КСВ, залишається невирішеним питання, як застосувати нові соціальні підходи до конкретної організації, тобто бізнесу, що є критично важливим, особливо у випадку його функціонування в умовах воєнних дій. У сучасній науковій літературі недостатньо висвітлені питання проектування асортименту продукції для соціально вразливих верств населення, розвитку волонтерських програм в сфері харчової безпеки, особливості соціальної та економічної діяльності вітчизняних корпорацій під час військових дій, допомоги членам сімей військовослуж-

Таблиця. 1. Сутність корпоративної соціальної відповідальності та її рівні

Корпоративна соціальна відповідальність (КРВ)	
Варіант визначення КСВ	Методологія обґрунтування визначення
Це стиль ділової активності, прийнятий бізнесменами добровільно, який має значний вплив на процес прийняття стратегічних і тактичних рішень по розвитку бізнесу	Філософія і ідеологія компанії, очікування і норми, які лежать в основі відносин і взаємодій як усередині організації, так і за її межами
Добровільний внесок бізнесу у розвиток суспільства у соціальній, економічній, екологічній сферах, який виходить за межі оговореного законодавчого мінімуму	Філософія поведінки та концепція будівництва діловим суспільством, підприємствами основної та додаткової суспільно-активної діяльності
Базовий рівень КРВ	
Своєчасна оплата податків	Виплата заробітної плати
Розширення робочого штату	Надання нових робочих місць
Ефективність ведення основного бізнесу	Виготовлення якісної продукції
Надання якісних послуг для споживачів	Піклування про зростання прибутків своїх акціонерів
Другий рівень КРВ забезпечення працівників	
Адекватними умовами роботи	Адекватними умовами життя
Підвищення рівня кваліфікації	Будівництво житла
Розвиток соціальної сфери	Профілактичне лікування
Третій рівень КРВ вищий рівень відповідальності припускає добродійну діяльність	
Вирішення соціальних проблем суспільства	Розвиток гармонійних відносин з бізнес-партнерами
Фінансові та нефінансові інвестиції в розвиток суспільства	Впровадження програм та проектів розвитку суспільства

бовців Збройних Сил України та інші важливі питання. Невирішеність цих питань на належному рівні зумовило вибір теми, мету, завдання та соціальну спрямованість дослідження.

МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

У відповідності до визначених проблем метою статті є дослідження рівнів корпоративної соціальної відповідальності вітчизняних корпорацій та особливості запровадження корпоративної соціальної відповідальності під час військових дій.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Сучасний динамічний розвиток економіки означає, що компанії змушені бути збитковими, якщо вони можуть відстати від програми соціального розвитку та бізнес-планів. На початку XXI століття світ підприємств характеризується хаосом і відсутністю свободи. Кожна організація створюється з певною метою, і для досягнення цієї мети вона повинна спілкуватися та співпрацювати з працівниками, клієнтами та партнерами.

Коли мова заходить про визначення ролі КСВ в сучасних компаніях, варто зазначити, що різні визначення та конструкції створюють певні труднощі в реалізації соціальних проектів. Спочатку це знайшло своє відображення у створенні Рамкової спеціальної програми на національному рівні за активної участі компаній, які отримали можливість використовувати власні ресурси для створення нових фондів і професійного навчання молоді. Сама програма почала відігравати провідну роль в управлінні соціальними конфліктами. Її робота сприяла налагодженню контактів з різними компаніями та організації тематичних конференцій. Найважливішою

подією 1980-х років стало скликання найбільшого об'єднання ініціатив з корпоративної соціальної відповідальності "Бізнес у світі" (Business in the World). Діяльність цієї організації була спрямована на просування та створення державно-приватного партнерства та надання можливості уряду співпрацювати з приватними компаніями для вирішення найгостріших соціальних проблем.

Організації цього періоду, що опікувалися проблемами корпоративної соціальної відповідальності, також можна класифікувати за організаційно-формальними критеріями та формами власності: приватні, державні, комунальні та змішані. За організаційно-правовою формою розрізняють: товариства (різних видів), кооперативи, акціонерні товариства, повні товариства, дочірні підприємства, фонди, асоціації, громадські об'єднання, некомерційні організації тощо.

Некомерційними організаціями можуть бути саморегулювні організації, громадські організації, суспільно корисні об'єднання, членами яких можуть бути фізичні особи-підприємці, а також юридичні особи, що здійснюють діяльність, спрямовану на просування принципів КСВ у бізнес-середовищі. Починають з'являтися нові організації, поповнюючи ряди саморегулювних громадських організацій. Їх співпраця дозволить максимально ефективно вирішувати проблеми в різних галузях національної економіки, підвищити якість роботи, задоволеність клієнтів і захист прав споживачів. Сучасні корпорації переслідують низку суспільних цілей: захист життя і здоров'я людини, фізичної та юридичної власності, навколишнього середовища та культурних цінностей, набутих у процесі ведення бізнесу.

Найпоширенішим є визначення, що КСВ — це добровільно прийнята діловими людьми модель ділової активності, яка має суттєвий вплив на процес прийняття стратегічних і тактичних рішень щодо розвитку бізнесу. Цей підхід до КСВ базується на передумові, що філософія, ідеологія, очікування та стандарти компанії лежать в основі відносин і зв'язків всередині та за межами організації. У таблиці 1 наведено основні визначення та рівні КСВ, починаючи від базового рівня, який вимагає від компанії виконання обов'язкових соціальних гарантій, до третього рівня, який спрямований на створення соціальної гармонії в суспільстві.

Інший підхід до визначення КСВ підкреслює, що КСВ — це добровільний внесок компаній у розвиток суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах, що виходить за рамки мінімуму, передбаченого законодавством. Такий підхід до КСВ ґрунтується на ідеї, що поведінкова філософія кожної компанії та філантропія бізнес-спільноти є поєднанням необхідних та взаємодоповнюючих видів соціальної діяльності.

Знання у сфері управління, організації, соціальної взаємодії, конфліктології тощо можуть відігравати ключову роль у вивченні соціальних питань, пов'язаних з функціонуванням, управлінням, людськими ресурсами та ефективністю національних підприємств. КСВ розвивається в сучасній економічній науці на перетині різних

загальних і цілісних соціальних теорій, вивчає управлінські та організаційні процеси в національних і міжнародних організаціях, що розуміються як різні види співпраці та взаємодії між різними індивідами, групами та зацікавленими сторонами, представлені в системі національних підприємств. Саме тому існує багато інтерпретацій поняття КСВ.

Незважаючи на складну економічну ситуацію під час війни, українські компанії продовжують виконувати свої основні соціальні зобов'язання. За даними Європейської Бізнес асоціації [10], українські компанії взяли на себе зобов'язання виплачувати заробітну плату в повному обсязі у 2023 році (Таблиця 2). З таблиці видно, що значна кількість компаній виплачує заробітну плату в повному обсязі. Близько 6% українських компаній не виплачують заробітну плату в повному обсязі, але частка компаній, які змушені звільняти працівників, є високою. В останньому кварталі 2023 року 17% компаній звільнили працівників.

Це свідчить про труднощі, з якими стикаються українські компанії у виконанні своїх соціальних зобов'язань в умовах воєнного стану. Безумовно, звільнені під час воєнного стану працівники можуть стати додатковим резервом для збройних сил, але така тенденція свідчить про зниження економічного потенціалу країни в найближчому майбутньому.

Відсутність фінансових резервів у компаній свідчить про складну економічну ситуацію. Відсутність фінансових резервів може свідчити про те, що компанії працюють в умовах значних ризиків, які вони не можуть покрити своїми активами. Це може призвести до того, що роботодавці будуть скорочувати виплати працівникам та соціальні програми. Однак соціальні програми запускаються в інших сферах. Крім того, працівники особисто беруть участь у різноманітних волонтерських програмах. Компанії мобілізують усі фінансові ресурси для підтримки своїх основних технологічних та бізнес-можливостей (Таблиця 3).

Незважаючи на погані перспективи розвитку українських компаній під час війни, значна частина з них знайшла можливість реалізовувати свої соціальні програми у формі волонтерської діяльності, допомагаючи Збройним силам України та цивільному населенню, яке постраждало від бойових дій. У Таблиці 4 наведено види допомоги, яку компанії надають Збройним силам України. Це фінансова підтримка, різноманітні послуги для Збройних Сил, постачання своєї продукції для потреб Збройних Сил, підтримка військовослужбовців та їхніх родин, а також надання засобів захисту для Збройних Сил. Приймають підприємства участь і у волонтерських програмах, що пов'язані із підтримкою внутрішньо переміщених осіб, зокрема, забезпечення їх продовольством, їжею, медикаментами, засобами гігієни, організація відпочинку дітей та ін.

Наша країна розвиває власну систему корпоративного управління, яка стане основою для впровадження процесів КСВ, оскільки українська система корпоративного управління дуже схожа на європейську модель ведення бізнесу. В умовах військового конфлікту механізми реалізації соціального підприємництва

Таблиця 2. Стан виплати заробітної плати підприємствами України у 2023 р., %

№	Показники	Квартали			
		Перший	Другий	Третій	Четвертий
1	Виплачують у повному обсязі	60	62	56	63
2	Скоротили розмір зарплати	18	16	24	20
3	Не виплачують	8	7	5	3
4	Звільняють персонал	14	16	12	17

Джерело: [10].

Таблиця 3. Фінансова стійкість підприємств України у 2023 р., %

№	Показники	Квартали			
		Перший	Другий	Третій	Четвертий
1	Мають фінансові резерви на місяць	5	4	3	2
2	На кілька місяців	24	31	23	20
3	На півроку	19	18	20	15
4	Рік і більше	10	12	22	28
5	Фінансові резерви відсутні	30	32	28	33

Джерело: [10].

Таблиця 4. Підтримка армії та гуманітарна допомога підприємствами України у 2023 р.,

№	Показник	Квартали			
		Перший	Другий	Третій	Четвертий
1	Допомагають фінансово	45	47	48	53
2	Надають послуги	21	23	26	26
3	Постачають продукцію	20	21	23	28
4	Підтримують робітників, що захищають країну	17	19	19	24
5	Постачають засоби захисту ЗСУ	10	9	8	5

Джерело: [10].

були переорієнтовані на допомогу Збройним силам України. За даними Європейської Бізнес асоціації, близько 50 % українських компаній надають фінансову підтримку фронту, близько 35 % компаній надають послуги збройним силам, а 20 % підтримують військовослужбовців та їхні сім'ї. Багато компаній надають захисне спорядження (маскувальні сітки, колготки з ведмедиками тощо). Після закінчення бойових дій і з часом форми і методи соціальних програм мають стати загальноцивілізованими і проводитися відповідно до міжнародних правил, протоколів, стандартів і норм.

Представлений аналіз доводить, що в діяльності вітчизняних компаній присутні базовий, другий та третій рівні корпоративної соціальної відповідальності. Вітчиз-

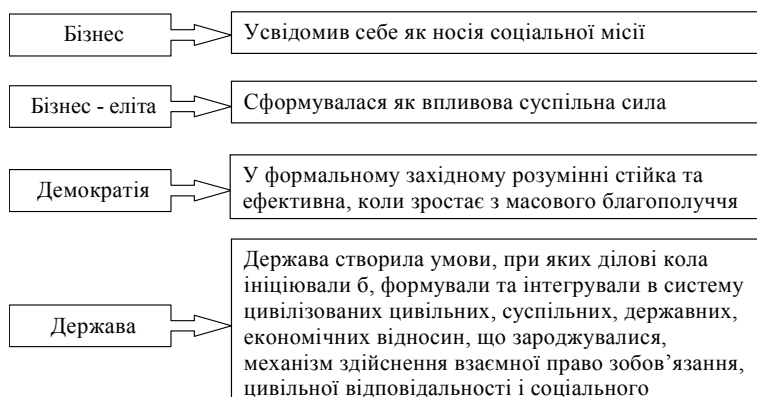


Рис. 1. Складові бізнес-середовища в сучасній концепції корпоративної соціальної відповідальності

няні підприємства виплачують заробітну плату, своєчасно платять податки та інші офіційні платежі, що є типовим для базового рівня КСВ крім того, вони надають підтримку Збройним силам України, підтримують сім'ї працівників, які пішли на фронт, приймають участь у волонтерських програмах. Це стало можливим завдяки створенню в країні необхідних умов для розвитку КСВ. На рисунку 1 показано роль основних компонентів бізнес-середовища в сучасній концепції КСВ в Україні.

ВИСНОВКИ

Підводячи підсумки роботи необхідно зробити наступні висновки:

1. Переважна кількість українських компаній вже почали усвідомлювати важливість корпоративної соціальної відповідальності для підвищення своєї корпоративної вартості.

2. КСВ розвивається в сучасній економічній науці на перетині різних загальних і цілісних соціальних теорій, вивчає управлінські та організаційні процеси в національних і міжнародних організаціях, що розуміються як різні види співпраці та взаємодії між різними індивідами, групами та зацікавленими сторонами, представленими в системі національних підприємств. Існує багато інтерпретацій поняття КСВ.

3. В роботі наведено основні визначення та рівні КСВ, починаючи від базового рівня, який вимагає від компаній виконання обов'язкових соціальних гарантій, до третього рівня, який спрямований на створення соціальної гармонії в суспільстві.

4. Представлений аналіз доводить, що в діяльності вітчизняних компаній присутні базовий, другий та третій рівні корпоративної соціальної відповідальності. Вітчизняні підприємства виплачують заробітну плату, своєчасно платять податки та інші офіційні платежі, що є типовим для базового рівня КСВ і, крім того, вони надають підтримку Збройним силам України, підтримують сім'ї працівників, які пішли на фронт, приймають участь у волонтерських програмах.

5. В умовах військових дій, вітчизняні компанії формують соціальні програми та проекти, волонтерські проекти не для соціальної(нефінансової) звітності, а для практичних кроків до нормалізації соціального стану суспільства в цілому.

Література:

1. Сазонець І. Л., Тадеєва Н. В. Національні моделі соціального партнерства та їх вплив на розвиток сумлінної ділової практики. Бізнес-інформ. 2016. № 10. С. 21—26.
2. Ліпич, Л., Радіщук, Т. Управління людським капіталом у креативних індустріях. Сталій розвиток економіки, 2024. № 2 (49). С. 42—48.
3. Скрипчук П. М., Судук О. Ю. Аналіз світового досвіду підвищення ефективності глобального екологічного управління. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. 2017. № 1 (77). С. 80—89.
4. Сардак С. Е., Більська О. В., Сімахова А. О. Потенціал соціалізації економіки в умовах глобалізації. Економічний часопис-XXI. 2017. № 164 (3—4). С. 4—8.

5. Зима І. Я. Соціальні програми корпорацій та заходи в сфері охорони здоров'я. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 5. С. 98—103.

6. Джинджоян В. В. Внутрішньокорпоративні соціальні програми туристичних підприємств. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 1. С. 39—43.

7. Сазонець О. М., Теремій А. А. Формування концепції корпоративної соціальної відповідальності на основі глобального договору ООН. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 21. С. 44—52.

8. Sazonets O. M., Terebii A. A. Development of the System of Social Responsibility Based on the Transformation of Corporate Entrepreneurship. Стратегія і тактика державного управління. 2020. Вип. 3—4. С. 104—116.

9. Джинджоян В. В., Саленко А. С., Сазонець І. Л. Соціальні детермінанти розвитку сфери послуг в концепції формування постіндустріального суспільства: монографія. Рівне: Волин. обереги, 2021. 160 с.

10. Європейська бізнес асоціація. Офіційний сайт. URL: <https://eba.com.ua/> (дата звернення: 15.11.2024).

References:

1. Sazonets, I.L. and Tadeieva, N.V. (2016), "National models of social partnership and their impact on the development of fair business practices", *Biznes-inform*, vol. 10, pp. 21—26.
2. Lipych, L. and Radischuk, T. (2024), "Human capital management in creative industries", *Stalyj rozvytok ekonomiky*, vol. 2 (49), pp. 42—48.
3. Skrypchuk, P.M. and Suduk, O.Yu. (2017), "Analysis of world experience in improving the effectiveness of global environmental management", *Visnyk Natsional'noho universytetu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannia*, vol. 1 (77), pp. 80—89.
4. Sardak, S.E. Bil's'ka, O.V. and Simakhova, A.O. (2017), "The potential for socialization of the economy in the context of globalization", *Ekonomichnyj chasopys-XXI*, vol. 164 (3—4), pp. 4—8.
5. Zyma, I. (2019), "Social programs of corporations and activities in the field of health care", *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, vol. 5, pp. 98—103.
6. Dzhyndzhoian, V. (2020), "Intra-corporate social programs of tourism enterprises", *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, vol. 1, pp. 39—43.
7. Sazonets, O. and Terebii, A. (2021), "Formation of the concept of corporate social responsibility on the basis of the UN global compact", *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, vol. 21, pp. 44—52.
8. Sazonets, O.M. and Terebii, A.A. (2020), "Development of the System of Social Responsibility Based on the Transformation of Corporate Entrepreneurship", *Stratehiia i taktyka derzhavnoho upravlinnia*, vol. 3—4, pp. 104—116.
9. Dzhyndzhoian, V.V. Salenko, A.S. and Sazonets, I.L. (2021), *Sotsial'ni determinanty rozvytku sfery posluh v kontseptsii formuvannia postindustrial'noho suspil'stva* [Social determinants of development of the service sector in the concept of formation of post-industrial society], Volyn. oberehy, Rivne, Ukraine.
10. European Business Association (2024), available at: <https://eba.com.ua/> (Accessed 15.11.2024).

Стаття надійшла до редакції 07.04.2025 р.