

DOI 10.31558/2307-2318.2023.2.15

УДК 332.14-026.17

JEL C78; J23; M14

Момот С.В.

здобувач ступеня доктора філософії,
Черкаський державний технологічний університет
ORCID 0000-0002-0375-6407
e-mail: Sergey.momot@ukr.net

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ВАЖІЛЬ ПОДОЛАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ НАСЛІДКІВ КРИЗ

Роботу присвячено розкриттю ролі соціальної відповідальності бізнесу в подоланні соціально-економічних наслідків кризових станів різної етимології в економіці країни. Проаналізовано результати щорічного дослідження у сфері корпоративної репутації світових компаній, визначено позицію лідеру рейтингу щодо соціальної відповідальності. Доведено, що протягом останніх дев'яти років Україна відчула три хвилі потужного зовнішнього впливу, що привів до соціально-економічної кризи. Такими хвилями стали: окупація та анексія росією частини території України в 2014 р.; оголошення пандемії від COVID-19 у 2020 р. та повномасштабне військове вторгнення росії на територію України в 2022 р. Наведено соціально-економічні наслідки для економіки України, що відбулися в наслідок кожної хвилі кризи. Проаналізовано соціальну відповідальність представників українського бізнесу, що спостерігалась протягом кожної хвилі кризи. Наведено конкретні приклади соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання України в аналізованій період.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, Україна, криза, соціально-економічні наслідки, COVID-19, військова агресія.

Рис. 1, Літ. 21.

Momot S. V.

Postgraduate,
Cherkasy State Technological University
ORCID 0000-0002-0375-6407
e-mail: Sergey.momot@ukr.net

SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS AS A LEVER FOR OVERCOMING THE SOCIO-ECONOMIC CONSEQUENCES OF CRISES

The work is devoted to revealing the role of social responsibility of business in overcoming the socio-economic consequences of crisis situations of various etymologies in the country's economy. The results of the annual research in the field of corporate reputation of global companies were analyzed, and the position of the ranking leader in terms of social responsibility was determined. It is proven that during the last nine years, Ukraine experienced three waves of powerful external influence, which led to a socio-economic crisis. These waves were: the occupation and annexation of part of the territory of Ukraine by russia in 2014; the announcement of a pandemic from COVID-19 in 2020 and a full-scale military invasion of russia on the territory of Ukraine in 2022. The socio-economic consequences for the economy of Ukraine that occurred as a result of each wave of the crisis are given. The social responsibility of representatives of Ukrainian business, which was observed during each wave of the crisis, was

analyzed. Concrete examples of socially responsible behavior of business entities of Ukraine in the analyzed period are given.

Key words: social responsibility of business, Ukraine, crisis, socio-economic consequences, COVID-19, military aggression.

Постановка проблеми. У 2020 р. через швидке поширення територією світу гострої респіраторної хвороби COVID-19 людство відчуло проблему незахищеності та крихкості життя, відсутності стабільності та впевненості у майбутньому в усіх сферах своєї життєдіяльності, значної залежності добробуту людини від зовнішніх чинників. При цьому сприйняття ситуації загострювалося ще й через чітке розуміння того факту, що сама людина вплинути на наявний стан справ ніяким чином не може. Звісно держава здійснює захисну функцію і гарантує виконання всіх прав і свобод людини, закріплених в Конституції країни, проте цей захист й допомога існують апіорі та носять скоріше глобальний та юридичний, ніж практичний характер і через це реалізація цієї функції майже не відчуваються людиною у її повсякденному житті. За цих умов виконання принципів соціальної відповідальності та досягнення цілей сталого розвитку покладається безпосередньо на тих суб'єктів господарювання, на базі яких людина працює або в територіальній близькості до яких проживає. У такій ситуації саме бізнес має стати тим захисним «щитом», який дозволить людині поступово відчувати себе захищеною від агресивного впливу зовнішнього середовища і на цьому підґрунті досягти максимізації продуктивної віддачі та підвищення якості життя. Реалізувати на практиці цю тезу можливо на основі активізації процесів соціальної відповідальності бізнеса.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальність обраної тематики підтверджується тим, що дослідженням цього аспекту соціальної відповідальності бізнесу сьогодні зайнято достатнє число науковців світу, про що свідчить досить потужний блок опублікованих лише за першу половину 2023 р. наукових праць у виданнях, що входять до наукометричної бази Scopus. Так, Х.А. Агуадо-Ернандес (J.A. Aguado-Hernández), Х.А.Р. дель Піно (J.A.R. del Pino) та М.А.А. Лопес (M.Á.A. López) на конкретних прикладах доводять, що лише широкомасштабний прояв соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання дозволив у самі критичні роки пандемії COVID-19 мінімізувати ймовірність настання найбільш травмуючих її наслідків як для конкретної країни, так і для людства в цілому [1]. Автори також констатують ту важливу роль, яку відповідальні компанії відіграють у боротьбі з наслідками пандемії. С. Турчина, К. Турчина, Л. Дашутіна та Л. Баценко, за результатами проведеного ними аналізу діяльності малих, середніх та великих компаній світу, стверджують, що соціально відповідальні суб'єкти господарювання продемонстрували більш легке та швидке адаптування до тих змін, що вимушено та неочікувано відбулися в країнах через пандемію COVID-19 [2]. Г. Мадаан (G. Madaan), М. Каур (M. Kaur), К.Р Гоуда (K.R Gowda), Р. Гуджраті (R. Gujrati) та Х. Уйгун (H. Uygun) провели дослідження діяльності десяти індійських компаній на предмет виконання ними принципів корпоративної соціальної відповідальності та дійшли висновку, що, по-перше, великі за розміром компанії у діловому середовищі мають більше можливостей для реалізації соціально відповідальної поведінки й подолання наслідків пандемії COVID-19, а, по-друге, суб'єкти господарювання приватного сектору економіки більшою мірою використовують наявні можливості щодо побудови соціально відповідального бізнесу, що в обов'язковому порядку має стимулюватися на державному рівні [3]. Т. Фрезе, А. Корнеєв, Р. Крайнева, Т. Оруч, В. Кандалов та В. Стрілковський у своєму дослідженні стверджують, що не зважаючи на значні ризики та втрати, які принесла пандемія COVID-19 світу та кожній країні окремо, разом із тим таке випробування стало поштовхом для переходу компаній на соціально відповідальний стиль управління, завдяки чому можливо забезпечити сталий економічний розвиток регіону та країні в цілому [4]. Отже, спираючись на доводи та висновки науковців, ми також будемо

дотримуватися думки, що соціальна відповідальність бізнесу має стати тим стимулюючим важелем, який дозволить активізувати та запустити в економіці країни процеси сталого розвитку й інноваційного зростання на ефективному соціально-екологічному фундаменті.

Формулювання цілей статті. Роботу присвячено розкриттю тієї ролі, яку має відіграти соціальна відповідальність бізнесу в подоланні соціально-економічних наслідків кризових станів різної етимології в економіці країни.

Виклад основного матеріалу. Соціально відповідальна поведінка бізнесу суттєвим чином впливає й навіть визначає рівень репутації компанії на ринку [5, с. 151]. У 2020, 2021 та 2023 рр. за результатами щорічного дослідження у сфері корпоративної репутації Global RepTrak-100 міжнародним репутаційним лідером ставала компанія виробник конструкторів The Lego Group (Данія) [6]. Рейтинг будується на порівняльних дослідженнях соціально відповідальної поведінки ста найбільш потужних компаній світу, що щорічно проводиться консалтинговою компанією The RepTrak Company. За три останні роки до п'ятірки лідерів також входили компанії Rolex (у 2022 р. компанія посіла перше місце у цьому рейтингу), Ferrari, The Bosch Group та Harley-Davidson Inc, Mercedes-Benz. До десятки лідерів входили також компанії Canon Inc., Adidas AG, The Walt Disney Company, Microsoft Corp., Miele, Intel, Netflix та Sony Group Corp. Кожна з перелічених компаній є світовим лідером у своїй ніші, дотримується принципів соціально відповідальної поведінки та реалізує велику кількість різномірних проєктів, що мають соціальну й екологічну спрямованість. Звичайно, що за часів пандемії кожна з перелічених компаній доклала зусиль щодо зменшення негативного впливу COVID-19 на життя людства.

Соціально відповідальна стратегія компанії Lego пов'язана з наміром повного переходу на екологічне й циклічне виробництво. Щорічно компанія використовувала до 100 тис. т пластику для створення своєї продукції, який тепер замінять використаним пластиком, що скоротить навантаження на планету, знизивши шкідливі викиди. До 2030 р. керівництво Lego планує налагодити виробництво з екологічно чистих матеріалів усіх основних продуктів. Компанія збирається витратити 400 млн дол. США протягом трьох років, щоб запустити в продаж Lego із переробленого пластику. Крім того, Lego запускає такі екологічні ініціативи, як повторна переробка пластику, розроблення альтернативних матеріалів для виробів, перехід на відновлювальні джерела енергії (використання енергії вітру), поступова відмова від поліетиленової упаковки тощо [7]. При цьому компанія являється одним з найбільших приватних благодійників світу та останні три роки спрямовує багато зусиль на допомогу родинам з дітьми, щоб мінімізувати ризики, які несе в собі COVID-19. Так, компанія Lego взяла на себе зобов'язання перерахувати 150,0 млн дол. США на підтримку родин з дітьми, що постраждали від COVID-19. У межах цієї ініціативи у 2020 р. Lego спрямувало 50,0 млн дол. США на підтримку дітей, які цього більше потребували, в першу чергу, на освіту та охорону здоров'я, щоб забезпечити їх максимальний захист та мінімізувати негативні наслідки від COVID-19, а у 2021 р. – 70,0 млн дол. США до фонду UNICEF з метою справедливого розподілу вакцин від COVID-19 між представниками найбільш вразливих груп населення [8]. Така практика має стати прикладом для інших представників бізнесових кіл світу, у тому числі і українських суб'єктів господарювання.

Що ж стосується тенденцій розвитку українського ділового середовища протягом останніх років, то велика кількість негативних факторів непереборної сили та ризиків, які разом із пандемією COVID-19 впливали на цей процес, суттєвим чином змінили конфігурацію бізнес-сфери країни. Протягом всього періоду незалежності України кризові явища різного характеру суттєвим чином тиснули на можливості створення, успішного функціонування та досягнення вітчизняними суб'єктами господарювання конкурентних позицій на регіональному, національному та світовому ринках. Разом з тим, функціонування суб'єктів господарювання тривалий час в таких важких та агресивних умовах загартувало тих представників бізнесу, які змогли за цей час утриматися на ринку.

Проте нажалю останні дев'ять років відбулося три хвили настільки потужного зовнішнього впливу, які вдарили досить боляче по економіці країни та безпосередньо по функціонуванню суб'єктів господарювання, рис. 1.

Перша хвиля пов'язана з проявом російської агресії у 2014 р., коли відбулася анексія української АР Крим та окупація частини території Донецької та Луганської областей. Весь великий бізнес цих регіонів як мінімум на дев'ять років став недоступним для економіки України, що суттєвим чином скоротило її промисловий потенціал. Так, економіка країни серед іншого втратила контроль над 115 вугільними шахтами, 30 підприємствами оборонної промисловості, 10,0% портової інфраструктури та 80,0% нафтогазових покладів [9]. У результаті таких віроломних дій сусідньої країни, за підрахунками представників владних органів, обсяг ВВП України в 2014 р. скоротився на 6,6%, а в 2015 р. – вже на 9,8% [9; 10]. Одночасно в соціально-економічній сфері країни відбулася ціла низка негативних явищ від вимушеного переселення населення та втрати частини промислового потенціалу і до зростання рівня безробіття, девальвації національної валюти та різкого скачка інфляції.

Друга хвиля кризових явищ відбулася на початку 2020 р., коли більше ніж на чотири роки в країні було оголошено карантин через пандемію від COVID-19 і введено відповідні карантинні обмеження. Такі вимушені заходи найбільшим чином вдарили по малому та середньому бізнесу країни, який на початку карантину здійснював свою діяльність у сфері послуг. За даними офіційної статистики обсяг ВВП у 2020 р. скоротився на 3,8% порівняно з попереднім роком при його розрахунку у постійних цінах 2016 р. [11, с. 10]. Карантинні заходи не призвели до зростання рівня бідності населення (показник, що характеризує питому вагу населення країни, яке вимушено жити в бідності на суму менше ніж 6,85 дол. США на людину на день), так як він у 2020 р. залишився на рівні попереднього року і дорівнював 7,1%, а у 2021 р. ситуація навіть покращилася та значення показника бідності скоротилося до 5,5% [12]. Натомість в економіці країни спостерігався цілий ряд негативних проявів соціального та економічного характеру. Так, для країни, яка більше тридцяти років перебуває під впливом дуже глибокої демографічної кризи, зростання рівня смертності населення, яке спостерігалось протягом всього карантинного періоду, стало дуже загрозливим фактором. Одночасно, через запровадження жорстких норм соціального дистанціювання, що було зроблено владою з метою мінімізації ймовірності неконтрольованого інфікування значної кількості населення, відбулося скорочення доходів суб'єктів господарювання країни, що для малого та середнього бізнесу стало перевіркою на міцність та критерієм виживання на ринку. Нажаль не всі представники бізнесу країни успішно пройшли цю перевірку, що додатково посилює тенденції вивільнення зайнятого населення.

Третя хвиля кризових явищ стала найбільш руйнівною для економіки України за всі часи її незалежності, так як була викликана повномасштабним військовим нападом росії одночасно зі своєї території, з території сусідньої білорусі та з окупованих й анексованих у 2014 р. українських земель, який почався 24 лютого 2022 р. Протягом 365 днів війни за підрахунками фахівців Організації об'єднаних націй економіка України відчула прямих збитків на суму понад 135,0 та додаткових збитків на суму близько 290,0 млрд дол. США, переважна більшість яких пов'язана з руйнуваннями міської та критичної інфраструктури, промислових і комунальних об'єктів прифронтових територій країни, мінуванням або забрудненням значних за обсягом територій, а саме таких областей, як Донецька, Харківська, Луганська, Запорізька, Херсонська, Миколаївська, Київська, Сумська та Чернігівська [15, с. 18; 16]. Така ситуація призвела до різкого збільшення числа внутрішньо переміщених осіб до більш безпечних регіонів країни, а саме центральних і західних, та масштабного виїзду жінок і дітей за межі країни в статусі біженців. Водночас є надія, що більша частина біженців повернеться в Україну по завершенню війни.

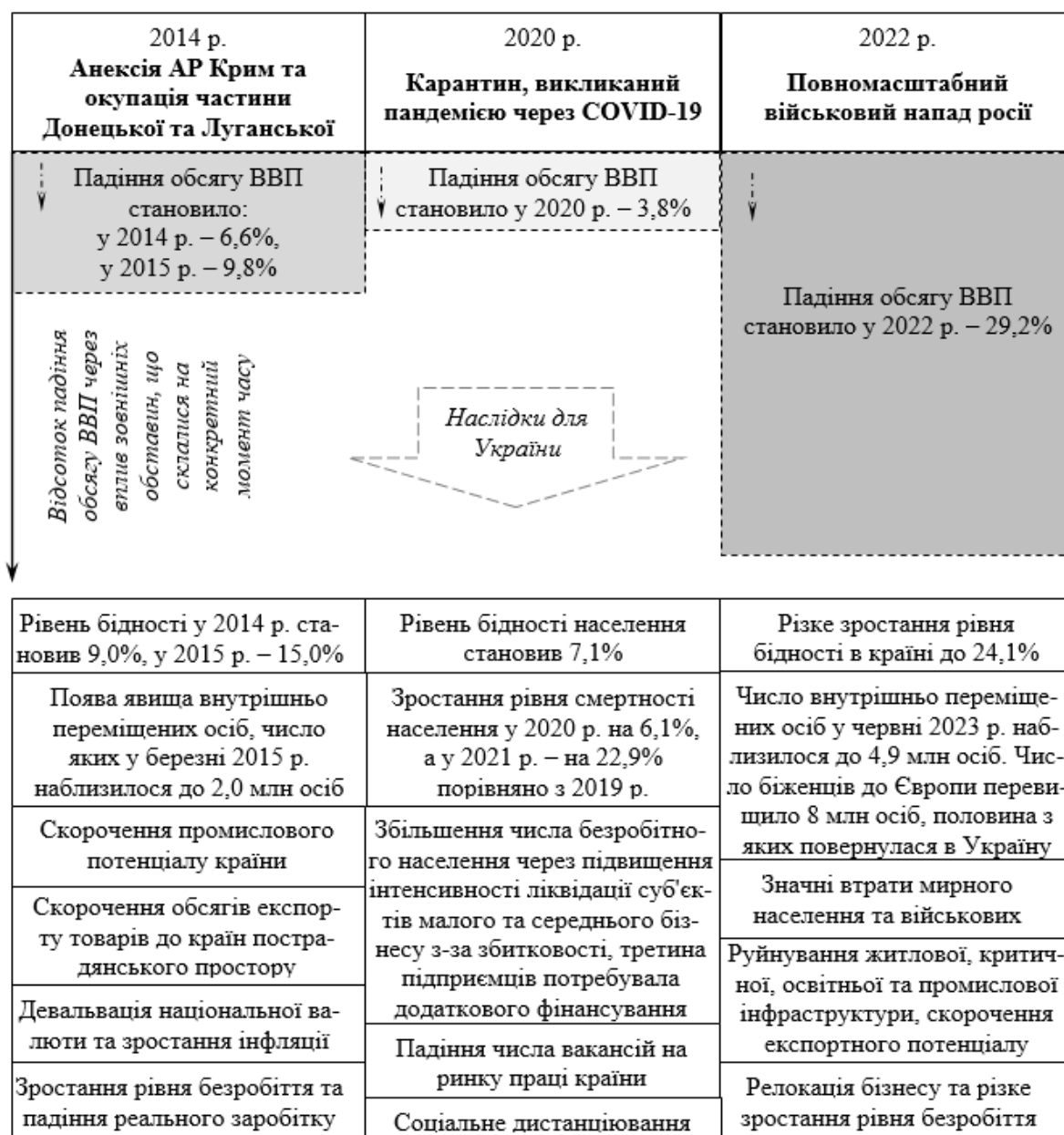


Рис. 1. Три хвилі потужного зовнішнього впливу останніх років та їх соціально-економічні наслідки для економіки України

Джерело: складено автором на основі [10; 12; 13; 14]

Найстрашніші ж й непоправні втрати пов'язані з щоденними смертями українців в тилу та на фронті. Через цілий комплекс негативних наслідків, пов'язаних з війною, обсяг ВВП України в 2022 р. скоротився на 29,2%, що не могло негативно не позначитися на рівні та якості життя населення країни [15, с. 18; 16]. Дійсно, в Україні відбулося різке зростання рівня бідності населення з 5,5% у 2021 р. до 24,1% у 2022 р. [12; 16]. Отже, рівень бідності в країні впритул наблизився до найвищого значення за останні сімнадцять років, а саме до 26,4-26,6%, що були характерними для 2006-2007 рр. [12]. На державному рівні була спроба скоротити ці втрати та стримати негативні тенденції в соціально-економічній сфері шляхом релокації бізнесу з окупованих або небезпечних регіонів до більш спокійніших територій України, проте через неможливість фізичного переїзду великих та навіть середніх промислових підприємств масштаби позитивного результату від цього рішення виявилися не такими високими, як очікувалося спочатку.

Кожна з трьох охарактеризованих нами хвиль звичайно викликала відповідні дії в межах корпоративної соціальної відповідальності в українських суб'єктів

господарювання. Особливістю реагування українського бізнесу на першу хвилю кризи стала залученість до будь-яких програм допомоги та проявів соціально відповідальної поведінки, в першу чергу, тих суб'єктів господарювання, які або безпосередньо, або опосередковано були пов'язаними з постраждалими регіонами. І тут можна виокремити два напрями спрямування допомоги в межах соціальної відповідальності бізнесу, які спостерігалися у той складний час:

1) сконцентрованість на внутрішніх проблемах бізнесу: суб'єкти господарювання, які змогли вивести (евакуувати, перемістити) свій бізнес з-за меж окупованих або анексованих територій на підконтрольній Україні землі, зосередили зусилля на створенні більш-менш комфортних умов життя та праці для тієї частини власного персоналу, яка прийняла рішення виїхати разом з підприємством на територію України. Залежно від фінансових можливостей суб'єктів господарювання, їх персонал забезпечувався цілим спектром різних складових захисту від повного або часткового покриття витрат, пов'язаних з орендою житла, і до періодичної матеріальної та/або фінансової допомоги. При цьому, як показала практика, максимальні розміри допомоги надавалися протягом перших трьох-чотирьох місяців з моменту переміщення бізнесу, а надалі вони скорочувалися або взагалі переставали надаватися через суттєві фінансові обмеження підприємств, викликані необхідністю переміщення. В якості прикладів найбільш відповідальної соціальної поведінки компаній у цьому напрямі можна назвати діяльність ДТЕК та Корпорації «Індустріальний союз Донбасу»;

2) гуманітарна допомога (продуктові набори або іншого типу допомога) населенню регіонів, що постраждали в наслідок російської агресії (незалежно від того, підпорядковується ця територія Україні, чи ні): єдиною організацією, яка добровільно взяла на себе обов'язки по наданню малозабезпеченому українському населенню з окупованих територій, що опинилося у скрутному стані (багатодітні сім'ї, люди похилого віку, особи з інвалідністю та діти), допомоги у вигляді щомісячних продуктових наборів, став Фонд Рената Ахметова. На окупованих територіях допомога надавалася тридцять місяців – з 22 серпня 2014 р. по 28 лютого 2017 р., а загалом за шість років Гуманітарним Штабом фонду населенню постраждалих регіонів України було надано 134,4 тис. т продуктів [17].

Отже, як бачимо, у першу хвилю кризи ініціатива соціальної відповідальності українського бізнесу була чітко обмеженою територіальними рамками постраждалих регіонів та здебільшого зосередженою на внутрішніх проблемах кожного бізнесу, який докладав всіх зусиль, щоб вижити у значно ускладнених для нього умовах. Одночасно в українському суспільстві спостерігався значний дефіцит толерантності та емпатії до внутрішньо переміщених осіб з постраждалих регіонів, що, при недостатній державній підтримці, не сприяло більш швидкому процесу їх адаптації на нових територіях і призводило до скорочення із часом їх числа на підконтрольній Україні території через виїзд за межі країни або повернення до зареєстрованих місць проживання [18]. Тобто здебільшого пасивна соціальна позиція українського бізнесу в першу хвилю кризи не дозволила мінімізувати ті втрати та витрати різного характеру, які приніс підступний напад сусідньої країни, що суттєво збільшило часові межі кризового стану.

Друга хвиля кризи за своїм характером та сферою поширення охопила всю територію країни, а карантинні заходи і обмеження зачепили всі без виключення види економічної діяльності, що викликало відповідну соціально відповідальну реакцію від представників ділового середовища країни. Хоча знову простежувалося фокусування бізнесу на внутрішніх проблемах, проте одночасно значно збільшився вклад українського соціально відповідального бізнесу у боротьбу з коронавірусом та його наслідками в країні. Можна приводити велику кількість прикладів такої соціально відповідальної поведінки. Так, НАК «Нафтогаз» протягом 2020 р. спрямувала понад 12,0 млн грн. для закупівлі засобів індивідуального захисту та інших захисних матеріалів медикам з десяти областей України, компанії ДТЕК та «АрселорМіттал Кривий Ріг» у межах соціально

відповідального інвестування закупили та передали апарати штучної вентиляції легень та кисневі концентратори лікарням України, компанія ДТЕК у грудні 2021 р. на суму 1 млн грн. передала комп'ютерне обладнання НТУ «Дніпровська політехніка» для забезпечення безперервного й безпечного навчального процесу [19; 20]. Крім того, компанії з перших днів карантину запровадили дистанційну форму роботи для офісного персоналу й вахтовий метод для робітничого персоналу, що дозволило досягти максимальної ізоляції працівників. На високому рівні дотримуються санітарно-гігієнічні норми на всіх робочих місцях, проводилося ПЛР-тестування на коронавірус, що дозволило максимально захистити персонал від зараження та поширення інфекції.

Наведені приклади соціально відповідальної поведінки українських компаній в період другої хвилі кризи, що демонструють в дії модель корпоративного альтруїзму, за часів пандемії не є вичерпними, проте їх не так багато. Більшість же суб'єктів господарювання України дотримувалися принципів, на яких побудовано концепцію теорії корпоративного егоїзму [5, с. 151], в межах якої намагаються досягти максимальних зусиль при досить невисоких рівнях прибутковості й низьких фінансових можливостях, які через пандемію суттєвим чином скоротилися. Проте, щоб зберегти довіру населення, підвищити бренд роботодавця на ринку та мати змогу залучати найбільш талановитих й високопрофесійних фахівців з ринку праці, компанії мають і надалі докладати значних зусиль для створення безпечного й якісного середовища для проживання та праці людини. Лише на таких засадах й спільними зусиллями вдасться зупинити руйнування нашого спільного «будинку» під назвою Україна.

Масштаби втрат, руйнувань та витрат, які зазнала Україна у третю хвилю кризи сьогодення не можна навіть порівняти з двома попередніми хвилями, поєднаними разом, або взагалі з будь-якими кризовими станами, що пережила Україна за період її незалежності. Звичайно, що без фінансової та воєнної допомоги різних країн світу, які від початку повномасштабної агресії безперервно підтримують Україну, зберегти національну ідентичність, забезпечити функціонування економіки під час воєнного стану та досягати успіху на фронтах було б практично неможливо. Ми щиро вдячні нашим партнерам за це. Разом із тим, саме повномасштабне вторгнення сприяло консолідації українського суспільства з однією метою – перемога над ворогом та вивільнення всіх українських територій у кордонах, міжнародно визнаних на момент серпня 1991 р. Водночас, навіть зі всіма обсягами наданої та планованої до надання у найближчому майбутньому допомоги різних країн світу, втілити у життя найбільшу мрію України дуже складно. Розуміння цього моменту внутрішньо вимагає від кожного українця щоденно робити справи, які будуть наближати омріяну перемогу. Так, українці вже понад 500 днів зайняті різними аспектами допомоги фронту – від плетіння маскувальних сіток та виготовлення продуктів харчування для військових і до волонтерства та перерахування власних коштів на потреби ЗСУ або для постраждалих від російської агресії.

Естафету соціально відповідальних дій з перших же днів війни перейняв і український бізнес. Важко знайти в Україні суб'єкта господарювання, який би не здійснював тих чи інших дій, спрямованих на допомогу ЗСУ, відновлення критичної інфраструктури або подолання наслідків воєнних дій. Навіть заклади освіти збирають кошти на певне обладнання для конкретної військової частини. Внутрішнім аспектам діяльності все ще також приділяється велика увага суб'єктами господарювання, проте фокус соціально відповідальної поведінки під час війни змістився на всебічну підтримку армії й подолання тих наслідків, що виникли в результаті війни. Так, в якості ілюстрації соціальної відповідальності бізнесу можна навести окремі приклади участі представників ділового середовища України у відновленні Херсонської області після підриву дамби та повного знищення Каховської ГЕС [21]:

ПУМБ спрямував 7 млн грн. до Херсонської області, з яких 5 млн грн. пішло на порятунок постраждалих від підриву дамби людей, 2 млн грн. – тварин;

Фокстрот перерахував 1 млн грн. для забезпечення всім необхідним екстрених служб

України, що здійснюють ліквідацію наслідків аварії;

Intellias перерахував більше 1 млн грн. на технічне забезпечення фахівців ДСНС та гуманітарну допомогу для постраждалого місцевого населення;

Rozetka в короткий час здійснила пошук та придбання обладнання, необхідного для проведення рятувальних робіт, здійснювала координацію збору коштів, призначених для постраждалих областей, від юридичних осіб;

Нова Пошта та БФ «Онуки» за власний рахунок доставляла у постраждалий регіон гуманітарну допомогу, яку збирали, пакували та приносили до відділень компанії пересічні українці.

Ми проілюстрували лише незначну частку тих благодійних вчинків і проєктів, які здійснювали і продовжують здійснювати українські компанії для швидкої ліквідації наслідків цього окремого страшного акту тероризму, здійсненого російською армією на території України, і які були задокументованими фахівцями команди CSR Ukraine. Проте прояви російської агресії проти України відбуваються щоденно і у безперервному режимі представники ділового середовища країни доєднуються до потоків різного роду допомоги, які спрямовуються на той напрям, який потребує найбільшої уваги у конкретний момент часу. Тобто можемо констатувати, що протягом третьої хвили відбулося суттєве підвищення середнього рівня соціальної відповідальності ділового середовища України, що є досить позитивним моментом. Нажаль такий результат було отримано в наслідок проходження країни через дуже важкий для неї етап розвитку та через кров та втрати доведення права на незалежність та взагалі існування. Разом із тим, у повоєнний період весь отриманий досвід має бути закріпленим, посиленним та примноженим. Лише на таких засадах можливо буде відновити знекровлену економіку України та розпочати етап її відродження.

Висновки. Весь період незалежності України пов'язаний з дією різних кризових станів (фінансового, демографічного, соціального, промислового тощо), більшість з яких були викликаними причинами внутрішнього характеру. Проте останні десять років ситуація в країні різко загострилася через дію трьох хвиль зовнішнього характеру походження, причинами яких стали війна та пандемія COVID-19. Наслідки, які для населення та економіки країни принесли ці три кризові хвилі є настільки потужними та загрозливими, що самостійно держава подолати їх не змогла б. Потрібна була допомога всіх учасників ділового середовища країни. Саме тому соціальна відповідальність бізнесу мала стати тим важелем, активізація якого сприяла б не лише стабілізації соціально-економічної ситуації, але й створювала б фундамент для швидкого відновлення економіки країни у повоєнний період. Під час дослідження було встановлено, що український бізнес поступово і досить повільно включався в процес надання різного роду допомоги і констатовано, що його активність прямо пропорційно зростала залежно від рівня зовнішньої загрози. Від того, наскільки владі вдасться і надалі, особливо у повоєнний період, стимулювати досить інертний український бізнес до соціально відповідальної поведінки, будуть залежати перспективи подальших тенденцій відновлення та розвитку економіки України, можливості підвищення рівня та якості життя українців.

Подальші дослідження мають бути присвяченими розробці концепції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні в повоєнний період з урахуванням всіх напрацювань, які було здійснено за три описані в роботі хвилі кризового стану.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Aguado-Hernández J.A., del Pino J.A.R., López M.Á.A. The responsible social economy and the sustainable development goals in the face of the post-COVID-19 crisis: The voice of experts. *CIRIEC-Espana Revista De Economia Publica, Social y Cooperativa*. 2023. №107. Pp. 289-319. doi:10.7203/CIRIEC-E.107.20681.

2. Turchina S., Turchina K., Dashutina L., Batsenko L. A review of top corporate sustainability initiatives and their resilience during the COVID-19 pandemic. *Comparative Economic Research*. 2023. №26(1). Pp. 111-126. doi:10.18778/1508-2008.26.06.
3. Madaan G., Kaur M., Gowda K.R., Gujrati R., Uygun H. Business responses towards corporate social responsibility and sustainable development goals during COVID-19 pandemic. *Journal of Law and Sustainable Development*. 2023. №11(1). doi:10.37497/sdgs.v11i1.309.
4. Freze T., Korneev A., Krayneva R., Oruch T., Kandalov W., Strielkowski W. Business leadership and corporate social responsibility in the post-COVID era. *Economies*. 2023. №11(3). Pp. 98. doi:10.3390/economies11030098.
5. Манн Р.В., Березюк-Рибак І.Р., Момот С.В. Посилення ролі соціальної відповідальності бізнесу у постпандемічний період. *Трансформація підходів в управлінні та маркетингу у постпандемічний період*: монографія / під заг. ред. д.е.н., проф. Храпкіної В.В., к.е.н., доц. Пічик К.В. Київ: Інтерсервіс, 2022. Підр. 3.3. С. 145-152.
6. Global RepTrak 100. URL: <https://www.reprtrak.com/rankings/>.
7. Іграшкові цеглинки Lego виготовлятимуться із екологічних матеріалів. URL: <https://ecolog-ua.com/news/igrashkovi-ceglinki-lego-vigotovlyatimutsya-z-ekologichnih-materialiv>.
8. UNICEF. Пресреліз. 2021 р. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/press-releases/lego-foundation-becomes-single-largest-private-sector-contributor-unicefs-covid>.
9. Окупація Донбасу і Криму коштувала Україні майже 20% ВВП, – віце-прем'єр. SMIDA. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/10453779-okupaciya-donbasu-i-krimu-koshтуvala-ukrajini-mayzhe-20-vvp-vice-prem-yer.html>.
10. Україна у 2020-2021 роках: наслідки пандемії. Департамент стратегічного планування та макроекономічного прогнозування. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. *Консенсус-прогноз*. №51. Київ, 2020. 30 с. URL: www.me.gov.ua.
11. Національні рахунки України. 2020 р. Київ: Державна служба статистики України, 2022. 223 с.
12. Як змінювався рівень бідності в Україні. *Слово і діло*. Аналітичний портал. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2023/05/04/infografika/ekonomika/yak-zminyuvavsya-riven-bidnosti-ukrajini>.
13. Внутрішньо переміщені особи. Міністерство соціальної політики України. URL: <https://www.msp.gov.ua/timeline/Vnutrishno-peremishcheni-osobi.html>.
14. Дерев'янка А. Що чекає бізнес у посткоронавірусну епоху. Європейська Бізнес Асоціація. 2020. URL: <https://eba.com.ua/shho-chekaye-biznes-u-postkoronavirusnu-epohu/>.
15. World Economic Situation and Prospects. 2023. Mid-year update. 21 р. URL: <https://unctad.org/publication/world-economic-situation-and-prospects-2023>.
16. World Bank, Government of Ukraine, European Union, United Nations. Ukraine Rapid Damage and Needs Assessment February 2022 – February 2023. 2023. URL: <https://ukraine.un.org/en/224376-ukraine-rapid-damage-and-needs-assessment>.
17. Фонд Ріната Ахметова. Продуктові набори. URL: <https://akhmetovfoundation.org/project/produktovi-nabory>.
18. Zakharova O., Prodanova L. A university displaced twice: Irreversible and erroneous losses of human capital. *Problems and Perspectives in Management*. 2023. №21. Pp. 123-132. doi:10.21511/ppm.21(2-si).2023.15.
19. Як працює українська корпоративно-соціальна відповідальність видобувного сектору в умовах карантину? *Громадський простір*. 17.11.2020. URL: <https://www.prostir.ua/?news=yak-pratsyuje-ukrajinska-korporativno-sotsialna-vidpovidalnist-vydobuvnoho-sektoru-v-umovah-karantynu>.
20. За підтримки ДТЕК у студентів НТУ «Дніпровська політехніка» з'явилася нова комп'ютерна техніка. Офіційний сайт компанії ДТЕК. Медіа-центр. Новини. URL:

<https://dtek.com/media-center/news/pri-podderzhke-dtek-u-studentov-ntu-dneprovskaya-politehnika-poyavilas-novaya-kompyuternaya-tehnika/>.

21. CSR Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org/>.

REFERENCES

1. Aguado-Hernández, J.A., del Pino, J.A.R., López, M.Á.A. (2023). The responsible social economy and the sustainable development goals in the face of the post-COVID-19 crisis: The voice of experts. *CIRIEC-Espana Revista De Economia Publica, Social y Cooperativa*, 107, 289-319. doi:10.7203/CIRIEC-E.107.20681.
2. Turchina, S., Turchina, K., Dashutina, L., Batsenko, L. (2023). A review of top corporate sustainability initiatives and their resilience during the COVID-19 pandemic. *Comparative Economic Research*, 26(1), 111-126. doi:10.18778/1508-2008.26.06.
3. Madaan, G., Kaur, M., Gowda, K.R., Gujrati, R., Uygun, H. (2023). Business responses towards corporate social responsibility and sustainable development goals during COVID-19 pandemic. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(1). doi:10.37497/sdgs.v11i1.309.
4. Freze, T., Korneev, A., Krayneva, R., Oruch, T., Kandalov, W., Strielkowski, W. (2023). Business leadership and corporate social responsibility in the post-COVID era. *Economies*, 11(3), 98. doi:10.3390/economies11030098.
5. Mann, R.V., Berezjuk-Rybak, I.R., Momot, S.V. (2022). Posylennja roli socialjnoji vidpovidalnosti biznesu u postpandemichnyj period. *Transformacija pidkhodiv v upravlinni ta marketyngnu u postpandemichnyj period: monohrafija / pid zagh. red. d.e.n., prof. Khrapkinoji V.V., k.e.n., doc. Pichyk K.V.* Kyjiv: Interservis, 3.3, 145-152.
6. Global RepTrak 100. URL: <https://www.reprtrak.com/rankings/>.
7. Ighrashkovi ceghlynky Lego vyghotovljatymutjsja iz ekologichnykh materialiv. URL: <https://ecolog-ua.com/news/igrashkovi-ceglinki-lego-vigotovlyatimutsya-z-ekologichnih-materialiv>.
8. UNICEF. Presreliz. (2021). URL: <https://www.unicef.org/ukraine/press-releases/lego-foundation-becomes-single-largest-private-sector-contributor-unicefs-covid>.
9. Okupacija Donbasu i Krymu koshtovala Ukrajini majzhe 20% VVP, – vice-prem'jer. SMIDA. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/10453779-okupaciya-donbasu-i-krimu-koshtovala-ukrajini-mayzhe-20-vvp-vice-prem-yer.html>.
10. Ukrajina u 2020-2021 rokakh: naslidky pandemiji. (2020). Departament strateghichnogho planuvannja ta makroekonomichnogho proghnozuvannja. Ministerstvo rozvytku ekonomiky, torghivli ta siljsjkogho ghospodarstva Ukrajiny. Konsensus-proghnoz, 51. Kyjiv, 30. URL: www.me.gov.ua.
11. Nacionaljni rakhunky Ukrajiny. 2020. (2022). Kyjiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrajiny.
12. Jak zminjuvavsja rivenj bidnosti v Ukrajini. (2023). *Slovo i dilo*. Analitychnyj portal. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2023/05/04/infografika/ekonomika/yak-zminyuvavsya-riven-bidnosti-ukrajini>.
13. Vnutrishnjo peremishheni osoby. (2023). Ministerstvo socialjnoji polityky Ukrajiny. URL: <https://www.msp.gov.ua/timeline/Vnutrishno-peremishcheni-osobi.html>.
14. Derev'janko, A. (2020). Shho chekaje biznes u postkoronavirusnu epokhu. Jevropejsjka Biznes Asociacija. URL: <https://eba.com.ua/shho-chekaye-biznes-u-postkoronavirusnu-epohu/>.
15. World Economic Situation and Prospects. (2023). Mid-year update. 21 p. URL: <https://unctad.org/publication/world-economic-situation-and-prospects-2023>.
16. World Bank, Government of Ukraine, European Union, United Nations. (2023). Ukraine Rapid Damage and Needs Assessment February 2022 – February 2023. URL: <https://ukraine.un.org/en/224376-ukraine-rapid-damage-and-needs-assessment>.
17. Fond Rinata Akhmetova. (2023). Produktovi nabory. URL: <https://akhmetovfoundation.org/project/produktovi-nabory>.

18. Zakharova, O., Prodanova, L. (2023). A university displaced twice: Irreversible and erroneous losses of human capital. *Problems and Perspectives in Management*, 21, 123-132. doi:10.21511/ppm.21(2-si).2023.15.
19. Jak pracjuje ukrajinsjka korporatyvno-socialjna vidpovidalnistj vydobuvnogho sektoru v umovakh karantynu? (2020). *Ghromadsjkyj prostir*. URL: <https://www.prostir.ua/?news=yak-pratsyuje-ukrajinska-korporatyvno-sotsialna-vidpovidalnist-vydobuvnogho-sektoru-v-umovah-karantynu>.
20. Za pidtrymky DTEK u studentiv NTU «Dniprovsjka politehnika» z'javylasja nova komp'juterna tekhnika. (2021). Oficijnyj sajt kompaniji DTEK. Media-centr. Novyny. URL: <https://dtek.com/media-center/news/pri-podderzhke-dtek-u-studentov-ntu-dneprovszkaya-politehnika-poyavilas-novaya-kompyuternaya-tekhnika/>.
21. CSR Ukraine. (2023). URL: <https://csr-ukraine.org/>.