

UDC 316.422.42

JEL classification: M14

DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2022.02.142>

Роман ЗВАРИЧ,

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри міжнародних економічних відносин,
Західноукраїнський національний університет,
вул. Львівська 11, м. Тернопіль, 46020, Україна,
e-mail: romazvarych@yahoo.com
ORCID ID: 0000-0003-3741-2642.

Вікторія ГОМОТЮК,

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
Західноукраїнський національний університет,
вул. Львівська 11, м. Тернопіль, 46020, Україна,
e-mail: vi.bryhadyr@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-4723-9097.

Ігор РІВІЛІС,

виконавчий віце-президент, головний операційний директор,
«M3 Technology LLC», Матаван, Нью-Джерсі, США.
PhD студент, Західноукраїнський національний університет,
вул. Львівська 11, м. Тернопіль, 46020, Україна,
e-mail: igor@rivilis.com
ORCID ID: 0000-0003-3764-2843.

Юрій ДЕЙНЕКА,

начальник управління стратегічного розвитку міста,
Тернопільська міська рада,
вул. Листопадова 5, м. Тернопіль, 46001, Україна,
e-mail: deyneka.yuriy@gmail.com
ORCID ID: 0000-0001-9026-6635.

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ІНСТРУМЕНТ
МІЖНАРОДНОГО КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ КРИЗИ**

Зварич Р., Гомотюк В., Рівіліс І., Дейнека Ю. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент міжнародного корпоративного менеджменту в умовах кризи. *Вісник Економіки*. 2022. Вип. 2. С. 142–156. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2022.02.142>

© Роман Зварич, Вікторія Гомотюк, Ігор Рівіліс, Юрій Дейнека, 2022.

Zvarych, R., Homotiuk, V., Rivilis, I., Deyneka, Yu. (2022). Risk management of digital transformation under pandemic. *Visnyk ekonomiky – Herald of Economics*, 2022, 2, 142–156. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2022.02.142>

Анотація

Вступ. *Визначальною ознакою нормального функціонування суспільних відносин та умовою стійкої динаміки розвитку країни слугує соціально відповідальна поведінка особи, бізнесу, держави. В умовах кризи соціально-економічні процеси набувають нестійкого характеру, соціальні ризики зростають, посилюються і поглиблюються. Важливо забезпечити баланс суспільних процесів через узгодження інтересів суб'єктів господарювання і соціуму, збалансування соціальних пропорцій і досягнення визначених пріоритетів з метою запобігання нагромадженню соціальних деформацій. У цьому аспекті особливого значення набуває проблема соціальної відповідальності суб'єктів економіки через формування сприятливого бізнес-середовища. Як результат, сьогодні актуальним є дослідження процесу соціальної відповідальності бізнесу як інструменту міжнародного корпоративного менеджменту в умовах кризи.*

Методи. *Методологічною основою дослідження є сукупність основних положень теорії менеджменту, кризової теорії, а також сучасних концепцій корпоративного управління. Вирішення визначених завдань здійснювалося за допомогою набору загальнонаукових методів дослідження: аналіз наукової літератури, логічно-теоретичний метод (для встановлення етапів та підходів становлення соціальної відповідальності бізнесу), метод аналогії та порівняння (для визначення сфери прояву та вигоди впровадження соціальної відповідальності бізнесу), теоретичний синтез, класифікація, методологічне узагальнення, системний аналіз і синтез (для проведенні дослідження загроз сталого розвитку бізнесу в умовах кризи), експертне оцінювання та наукова абстракція.*

Мета дослідження – *обґрунтування підходів та етапів становлення соціальної відповідальності бізнесу, оцінка розвитку бізнесу в кризових умовах виконання цілей сталого розвитку, визначення макроекономічних проблем та перешкод міжнародного корпоративного управління і напрацювання заходів системного вдосконалення соціальної відповідальності суб'єктів господарювання.*

Результати. *Встановлено, що теорія соціальної відповідальності бізнесу пройшла декілька етапів: становлення, бізнес-етика та волонтерство, посилений зв'язок із сталим розвитком, етап мотиваційних причин (охорона навколишнього середовища, екологічне різноманіття і стейкхолдери), інституалізація на національному рівні та поява міжнародних стандартів. Виокремлено підходи до становлення соціальної відповідальності бізнесу, зокрема: підхід корпоративного егоїзму, корпоративного альтруїзму, соціальних вимог, стейкхолдерський підхід та підхід етичного обов'язку. Оцінено розвиток бізнесу в кризових умовах виконання цілей сталого розвитку, зокрема в умовах пандемії та війни. Визначено макроекономічні проблеми та перешкоди міжнародного корпоративного управління і напрацьовано заходи системного вдосконалення соціальної відповідальності суб'єктів господарювання.*

Перспективи. Подальші наукові пошуки доцільно спрямувати на проблеми сталого розвитку бізнесу в умовах війни, а також на сфери прояву упровадження соціальної відповідальності бізнесу в поствоєнний період.

Ключові слова: війна, криза, корпоративне управління, міжнародний менеджмент, механізм сприяння, пандемія, соціальна відповідальність бізнесу, цілі сталого розвитку.

Формул: 0, рис.: 5, табл.: 0, бібл.: 17.

Roman ZVARYCH,

D.Sc. (Economics), Professor, Head of International
Economic Relations Department,
West Ukrainian National University,
11 Lvivska st., Ternopil, Ukraine, 46009,
e-mail: romazvarych@yahoo.com
ORCID ID: 0000-0003-3741-2642.

Viktoriiа HOMOTIUK,

PhD (Economics), Associate Professor of
International Economic Relations Department,
West Ukrainian National University,
11 Lvivska st., Ternopil, Ukraine, 46009,
e-mail: vi.bryhadyr@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-4723-9097.

Igor RIVILIS,

Executive Vice President, Chief Operating Officer,
M3 Technology, LLC, PhD Student,
West Ukrainian National University,
11 Lvivska st., Ternopil, Ukraine, 46009,
e-mail: irivilis@gmail.com
ORCID ID: 0000-0001-7851-8553.

Yuriy DEYNEKA,

Head of the Strategic Development Department,
Ternopil City Council,
5 November st., Ternopil, Ukraine, 46001,
e-mail: deyneka.yuriy@gmail.com
ORCID ID: 0000-0001-9026-6635.

**SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS AS AN TOOL OF INTERNATIONAL
CORPORATE MANAGEMENT IN CRISIS**

Abstract

Introduction. *The defining feature of the normal functioning of social relations and the condition of sustainable dynamics of the country's development is socially responsible*

behavior of the individual, business, state. In times of crisis, socio-economic processes become unstable, social risks increase and deepen. It is important to ensure the balance of social processes by reconciling the interests of economic entities and society, balancing social proportions and achieving certain priorities in order to prevent the accumulation of social distortions. In this aspect, the problem of social responsibility of economic entities through the formation of a favorable business environment is of particular importance. As a result, today it is important to study the process of corporate social responsibility as a tool of international corporate management in a crisis.

Methods. *The methodological basis of the research is a set of basic principles of management theory, crisis theory, as well as modern concepts of corporate governance. The solution of certain tasks was carried out using a set of general scientific research methods: analysis of scientific literature, logical-theoretical method (in establishing stages and approaches to social responsibility of business), method of analogy and comparison (in determining the scope and benefits of social responsibility), theoretical synthesis, classification, methodological generalization, systems analysis and synthesis (in the study of threats to sustainable business development in a crisis), expert assessments and scientific abstraction.*

The purpose of research *is substantiation of approaches and stages of formation of social responsibility of business, assessment of business development in crisis conditions of fulfillment of goals of sustainable development, definition of macroeconomic problems and obstacles of international corporate governance and development of measures of systemic improvement of social responsibility of business entities.*

Results. *It has been established that the theory of corporate social responsibility has gone through several stages: formation, business ethics and volunteering, enhanced links with sustainable development, motivational stage (environmental protection, environmental diversity and stakeholders), national institutionalization and the emergence of international standards. The approaches to the formation of social responsibility of business are singled out, in particular: the approach of corporate egoism, corporate altruism, social requirements, stakeholder approach and the approach of ethical duty. The development of business in crisis conditions of fulfillment of the goals of sustainable development, in particular in the conditions of pandemic and war, is estimated. Macroeconomic problems and obstacles to international corporate governance have been identified and measures to systematically improve the social responsibility of economic entities have been developed.*

Prospects. *The prospect of further research is to focus on the problems of sustainable business development in the war and on the results of the implementation of social responsibility of business in the postwar period.*

Keywords: *corporate governance, corporate social responsibility, crisis, facilitation mechanism, international management, pandemic, sustainable development goals, war.*

Formulas: 0, fig.: 5, tabl.: 0, bibl.: 17.

JEL classification: M14.

Постановка проблеми. Структурні зрушення в економіці формують виклики для суспільства. Сьогодні не вирішені питання раціонального природокористування (екологізації) вітчизняних промислових виробництв, зниження матеріаломісткості

вітчизняної продукції та стабілізація ресурсного забезпечення виробництв. Унаслідок цього спостерігається скорочення кількості вітчизняних підприємств, погіршується екологічний стан виробництв, що супроводжується значним рівнем забруднення навколишнього середовища, негативно впливаючи на погіршення стану здоров'я нації. На рівні бізнесу криза охорони здоров'я зробила можливим запровадження практики корпоративної соціальної відповідальності, що спонукало до адаптації бізнес-стратегії, таким чином сприяючи пом'якшенню соціальних та екологічних проблем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню процесу соціальної відповідальності бізнесу, проблемам і перешкодам його впровадження присвячені праці таких вчених-економістів як О. Бойко [1], Д. Букреєва [2], К. Денисенко [2], Л. Агудело [3], М. Йохансдоттір [3], Дж. Ліндек [4], О. Семюел [4], К. Крафт [4], А. Хан [5], Х. Сілі [6] та інші. Дослідженню основних аспектів стратегічного управління підприємством в умовах кризи приділили увагу такі вчені, як Н. Курланд [7], М. Баукус [7], Е. Стеклер [7], Дж. Штерн [8], М. Кленданіель [9], М. Крез [10] та ін. Ці науковці зробили певний внесок у вирішення проблем, що досліджуються в цій статті, проте деякі питання залишились поза їхньою увагою, що дало змогу розвинути ці ідеї чи напрацювати нові, що базуються на цих наукових засадах.

Мета статті полягає в обґрунтуванні підходів та етапів становлення соціальної відповідальності бізнесу, оцінці розвитку бізнесу в кризових умовах виконання цілей сталого розвитку, визначенні макроекономічних проблем та перешкод міжнародного корпоративного управління і напрацюванні заходів системного вдосконалення соціальної відповідальності суб'єктів господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) з'явилося у кінці двадцятого століття та перебуває на стадії утвердження. Саме тому не існує єдиного підходу до його визначення, але незмінною залишається його суть – бізнес повинен бути соціально-орієнтованим відносно власних працівників, держави, суспільства, навколишнього середовища і споживачів. У багатьох напрацьованих концепціях соціальна відповідальність замінюється іншими визначеннями, зокрема такими як: «корпоративна соціальна діяльність», «етика бізнесу» [10].

Соціальна відповідальність бізнесу стала частиною системи управління, набуло особливого значення та пройшла декілька етапів розвитку (див. рис. 1). Перший етап становлення СВБ (1920-1950 рр.) – головний ідеолог – Г. Боуен (1953 р., книга «Соціальна відповідальність бізнесмена»). На думку автора, соціальна відповідальність бізнесмена полягає в «реалізації такої політики, прийнятті таких рішень або виборі такої лінії поведінки, які були би бажаними з позицій цілей і цінностей суспільства». В цей час П. Друкер (книга «Практика менеджменту») розглядає громадську відповідальність як один із восьми ключових чинників для досягнення бізнес-цілей [11]. На другому етапі СВБ (1970 рр.) вводиться словосполучення СВ та бізнес-етика, а також особлива увага акцентується на волонтерстві. За М. Фрідманом «соціальна відповідальність бізнесу – означає використання власних ресурсів і залучення їх до активностей, спрямованих на підвищення прибутків, в умовах відкритої і вільної конкуренції». За А. Кероллом, соціальна відповідальність бізнесу

– відповідність економічним, правовим, етичним і філантропічним очікуванням, що пред'являє суспільство організації у цей період [3].

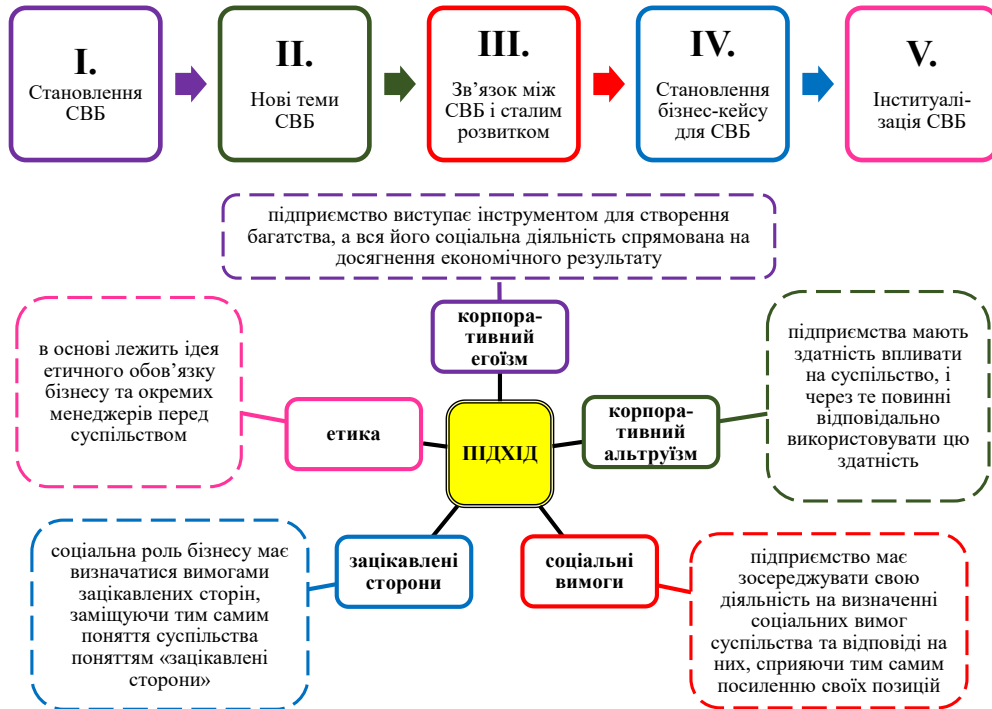


Рис. 1. Етапи та підходи до становлення соціальної відповідальності бізнесу
Джерело: розроблено авторами.

Третій етап соціальної відповідальності бізнесу характеризувався посиленням її зв'язку із сталим розвитком (1980 р.). У цей період була розроблена теорія стейкхолдерів М. Фрідмана, почала обговорюватися організаційна структура управління соціальною відповідальністю бізнесу, з'явилася концепція сталого розвитку (розвитку, який задовольняє потреби сьогодення, не обмежуючи можливості майбутніх поколінь на задоволення власних потреб). Четвертий етап (1990 рр.) сформував бізнес-кейс для СВБ. На цьому етапі сформовано три мотиваційні причини розвитку концепції: охорона навколишнього середовища, екологічне різноманіття і стейкхолдери. З'явилась концепція трикутного балансу між економічними, соціальними та екологічними цілями розвитку. На п'ятому етапі відбулась інституціалізація соціальної відповідальності бізнесу на національному рівні та поява міжнародних стандартів. В XXI ст. новий імпульс розвитку СВБ відбувся шляхом прийняття стандарту ISO 26000, національних стратегій, державних програм із соціальної відповідальності та директив ООН. Як результат, сформувалось визначення: «соціальна відповідальність – відповідальність компанії за вплив її рішень та дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорої та етичної поведінки, яка сприяє добробуту суспільства; враховує очікування заінтересованих сторін; відповідає законодавству» [12].

Дослідивши наявні теорії, можна виокремити такі види підходів до концепції корпоративної соціальної відповідальності бізнесу (рис. 1). З точки зору корпоративного егоїзму, корпорація є інструментом створення багатства, а вся соціальна діяльність спрямована на досягнення економічних результатів. Таким чином організації виконують свої економічні функції виробляючи товари і надаючи послуги, необхідних суспільству, створюючи робочі місця та максимізуючи прибуток для акціонерів. Прихильники цієї концепції підкреслюють, що лише в довгостроковій перспективі максимізація прибутку внутрішньо визначає реальну відповідальність компанії, оскільки цей підхід поєднує інтереси акціонерів та інших зацікавлених сторін [13]. Підхід, з точки зору корпоративного альтруїзму, визначає підприємницьку здатність впливати на суспільство, і, відповідно, відповідальність використовувати цю здатність. Найвідомішим є поняття «корпоративне громадянство», яке розглядає роль бізнесу у сенсі соціальних інвестицій та обов'язків перед місцевими громадами [4].

З точки зору соціальних вимог, компанія має зосередити свою діяльність на виявленні соціальних вимог суспільства та реагуванні на них. Тобто відбулась зміна із «те, що добре для суспільства» на «те, що суспільство вимагає від бізнесу». Підхід стейкхолдерів передбачає, що незалежно від типу бізнесу чи організації існує група людей (стейкхолдери), які впливають на компанію або компанія впливає на них, тобто делегують певні обов'язки. Ці групи називають «стейкхолдерами» і до них належать: працівники, покупці, акціонери, постачальники, громади, країни та суспільство загалом [6]. Етичний підхід базується на ідеї моральної відповідальності керівників бізнесу та окремих людей перед суспільством. Відповідно до Дж. Елкінгтона, кожен бізнес несе перед суспільством економічну, екологічну та соціальну відповідальність, забезпечуючи свою життєздатність [2].

Отже, соціальна відповідальність бізнесу – це система послідовних економічних, екологічних і соціальних заходів компанії, реалізованих на основі постійної взаємодії із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами) і спрямованих на зниження нефінансових ризиків, довгострокове поліпшення іміджу й забезпечення прибутковості й сталого розвитку підприємства [9].

Аналізуючи діяльність бізнесу, варто зауважити, що соціально відповідальні компанії надають особливе значення підготовці своїх професіоналів, присвячуючи цьому приблизно 10% власних можливостей. Також компанії люблять викладання профільних предметів у ЗВО як для магістратури та аспірантури, так і в бізнес-школах, забезпечують спонсорство і нагородження найкращих проектів випускного року в університетах. Так, компанія «Create Foundation» підтримує різні заходи для студентів, спрямовані на підвищення якості освіти, підприємництва та інновацій у сфері освіти та її інклюзії [14].

Сталий розвиток передбачає зменшення нерівності, а соціальна відповідальність бізнесу – антидискримінаційну політику, спрямована на уникнення будь-якої дискримінації чи нерівності на основі раси, статі, сексуальної ідентичності, сексуальної орієнтації, віку, релігії чи переконань, інвалідності, сімейного стану, вагітності чи материнства. Антидискримінаційна політика фірми охоплює: угоди про співпрацю, спрямовані на сприяння соціальній і трудовій інклюзії людей з обмеженими

можливостями у звичайне робоче середовище; участь у навчальній програмі з трудової інклюзії молодих людей з певною інвалідністю; благодійні спортивні заходи для соціальної інтеграції людей з обмеженими можливостями [2].

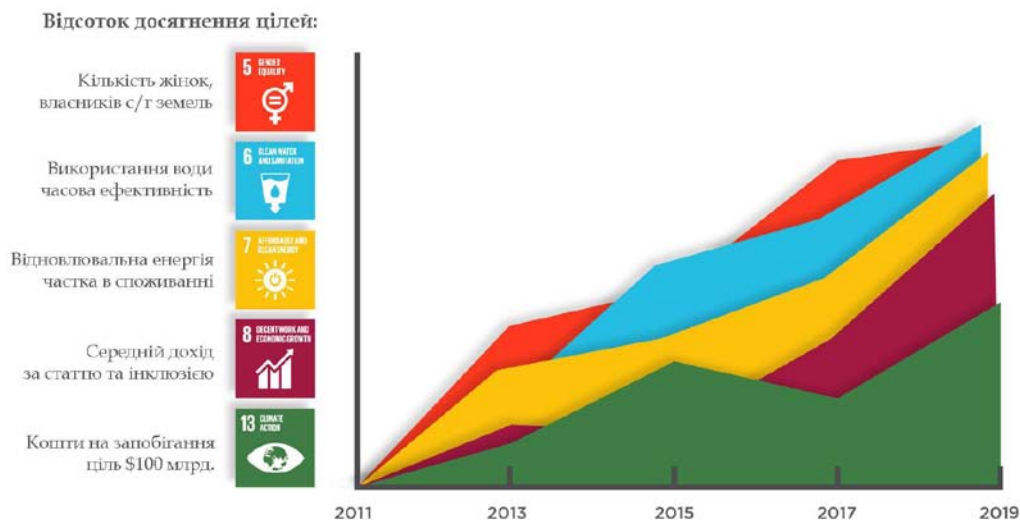


Рис. 2. Бізнес звітність прогресу цілей сталого розвитку
Джерело: [https://www.goldstandard.org/].

Ключовими елементами розвитку підприємництва є інноваційність та галузева спеціалізація: інвестування у потужності бізнесу, в дослідження та розробки; фінансування аналітичних дослідження та створення баз даних; цифрова трансформація та розвиток штучного інтелекту; обмін знаннями, участь у спеціалізованих форумах; участь у галузевих асоціаціях. Окрім цього, соціально відповідальні компанії мають корпоративну культуру, яка передбачає рівні можливості та гендерну рівність, без будь-якої дискримінації, як основний принцип. Саме тому компанії постійно вживають заходи, спрямовані на рівність між жінками і чоловіками в таких ключових сферах, як доступ до роботи, стабільність роботи, оплата праці незалежно від правової системи в країні. Відповідальний бізнес підтримує високі темпи економічного зростання, забезпечуючи кар'єрне зростання для всіх працівників, оскільки бізнес, що розвивається, постійно потребує залучення нових співробітників (молодих випускників) [1].

До основних аспектів таких зобов'язань належать: створення якісної зайнятості; угоди про співпрацю зі школами, що дають старшокласникам можливість отримати перший досвід роботи в бізнес-середовищі; співпраця з університетами та бізнес-асоціаціями – семінари та курси з підприємництва; участь у програмах, що сприяють інноваціям та підприємству, виховує критичне мислення, вирішення проблем, навчання дітей та молоді певним навичкам; підтримка мікрофінансування, сприяння доступу до кредитів та фінансування групам, які знаходяться в найбільш неблагополучному становищі суспільства; спонсорство програм сімейного підприємництва та сімейного бізнесу [15].

Пандемія COVID-19 показала, що сталий розвиток виходить за межі національних стратегій, тому що, по-перше, кожен має приймати власні рішення та вживати заходи з охорони здоров'я, які відповідають індивідуальним потребам, а також потребам ширшої спільноти, наприклад захисні маски в громадських місцях, коли суспільна необхідність. Поради щодо дистанціювання та самоізоляції. Ці рішення можуть допомогти обмежити поширення вірусу та зменшити кількість захворювань, смертей та економічних наслідків. Окрім цього, війна, яку розпочала росія проти України, суттєво зменшила кількість підприємств та їх можливості, зокрема в напрямку розвитку соціальної відповідальності [5].

Так, аналіз даних про реєстрацію нових підприємств в Україні за два місяці після початку тотальної війни показав, що українці повірили в перемогу та швидко адаптувалися. Зокрема, за два місяці війни реєстрація нових бізнес-проектів становило близько 50% від довоєнного періоду (квітень 2021 р.). При цьому адаптація до війни йде швидше, ніж до пандемії COVID-19 – кількість нових реєстрацій зросла на 29% порівняно з аналогічним періодом квітня 2020 р. Фактично відновлення реєстрації нових компаній почалося в кінці березня 2022 р., коли були зареєстровані перші ФОПи, ТОВ та КП. До цього активно реєструвалися лише благодійні та громадські організації (БФ та ГО). Протягом двох місяців війни в Україні було зареєстровано 14420 нових підприємців (12255 ФОП, 2165 юридичних осіб – 78 % БФ і ГО), 22% (480) з яких були прибутковими. Переважав бізнес у такій сфері, як: вирощування зернових, бобових та олійних культур – 47; неспеціалізована оптова торгівля – 38; комп'ютерне програмування – 27; будівництво житлових та нежитлових будинків – 21; оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням та фуражем – 18 [12].

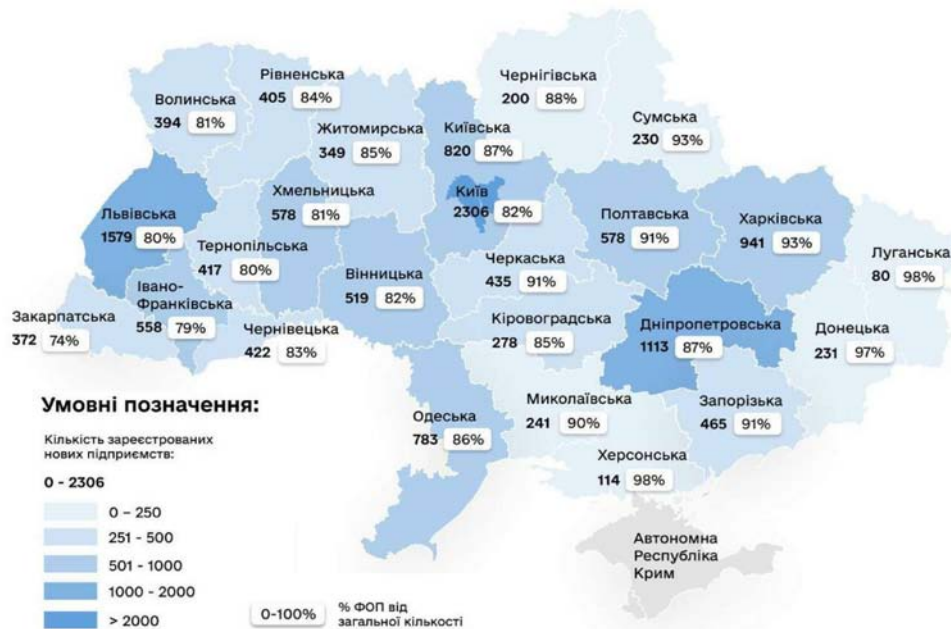


Рис. 3. Реєстрація нових підприємств в Україні в умовах війни
Джерело: [Дія.Бізнес].

Тобто, на можливість і масштаб корпоративної політики щодо соціальної відповідальності бізнесу впливає багато факторів, а саме: рівень соціально-економічного розвитку країни; якість інституціонального середовища; специфіка ділового і соціального бізнес-середовища (інтеграція міжнародного бізнесу, розмір компанії, правопорядок, рівень доходів, захист споживачів, рівень конкуренції; пандемія; війна); диференціація напрямів соціальної відповідальності бізнесу; характер впливу соціальної відповідальності на фінансово-економічні результати у коротко- і довгостроковому періодах; ціннісні орієнтири власників компанії і топ-менеджерів [16].

До проблем та перешкод соціальної відповідальності бізнесу варто віднести обмежене її просування та практичне застосування, зокрема: працедавці порушують міжнародні норми прав людини та праці; недотримання соціально-правових та трудових прав; низька заробітна плата; заборгованість із виплати заробітної плати; незначні інвестиції в охорону праці, здоров'я співробітників і професійний розвиток [8]. Крім цього, варто зауважити про відсутність достатньої кількості зацікавлених і компетентних менеджерів, адже політика соціальної відповідальності бізнесу повинна впроваджуватися на рівні стратегічного управління в діяльності відділів маркетингу, виробництва та збуту, а також у розумінні стратегії та готовності її реалізації на робочому місці. Додатково існують такі проблеми, як низька якість продукції, невиконання технічних вимог виробництва, забруднення навколишнього середовища та недобросовісна конкуренція. Окрім цього, брак фінансових ресурсів, неузгодженість критеріїв оцінювання корпоративної соціальної відповідальності; низький рівень корпоративної культури; правовий нігілізм; та лобювання інтересів [7].

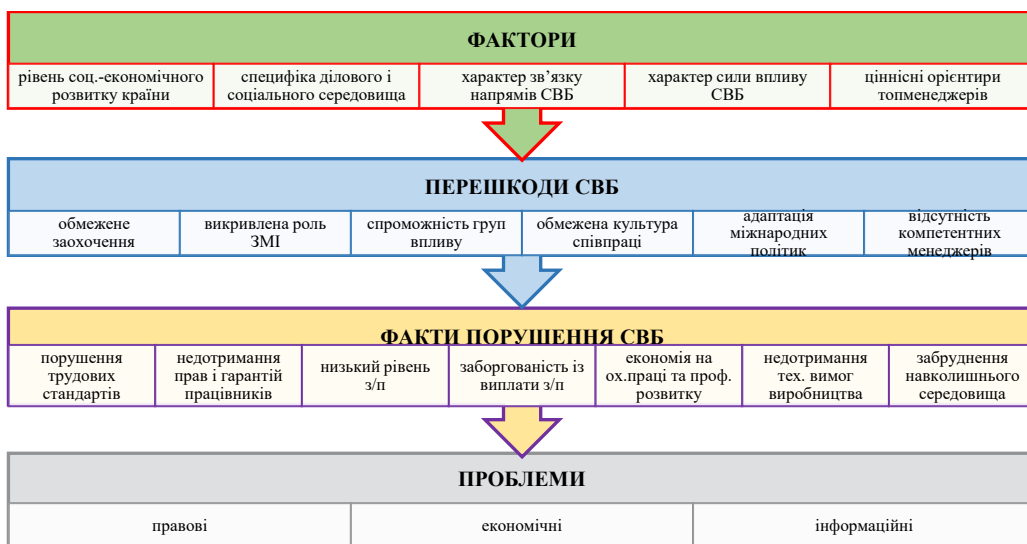


Рис. 4. Проблеми та перешкоди соціальної відповідальності бізнесу
Джерело: розроблено авторами.

Щодо макроекономічного середовища, в якому компанії працюють під час пандемії чи в умовах війни, варто зазначити, що більш стійке зростання на ринках, що розвиваються, вимагає комплексних та взаємопов'язаних дій на національному та регуляторному рівнях. Для коригування темпів зростання ринків, що розвиваються, необхідно покращити корпоративне управління. Структуру ринків, що розвиваються, можна сегментувати для прискорення зростання за рахунок вдосконалення корпоративного управління за двоетапним алгоритмом. Перспективи розвитку проектів соціальної відповідальності в Україні потребують національного механізму сприяння системному вдосконаленню соціальної відповідальності суб'єктів господарювання (рис. 5).



Рис. 5. Механізм сприяння системному вдосконаленню соціальної відповідальності суб'єктів господарювання

Джерело: розроблено авторами.

Також соціальна відповідальність бізнесу тісно взаємопов'язана із соціальним споживанням. Соціально відповідальні споживачі враховують суспільні наслідки свого споживання і використовують свою купівельну спроможність, щоби включити соціальні зміни в компанію. У цьому сенсі це є свідомий вибір споживання на основі моральних і особистих переконань, або концептуалізація його як індивіда, який через придбання певного продукту чи послуги мінімізує чи усуває шкоду суспільству, максимізує таким чином позитивний вплив у довгостроковій перспективі. Етична поведінка споживача, з іншого боку, стосується його вибору однієї компанії та того чи іншого продукту на основі політичних, релігійних, екологічних чи соціальних мотивів, а також враховуючи питання праці під час покупок. У такому разі для підвищення СВБ необхідно: створити систему отримання достовірної та своєчасної інформації про соціальний, економічний та суспільний вплив компаній; забезпечення достовірності показників фінансової та нефінансової (соціальної) звітності та оцінки ефективності соціально-економічних витрат; фінансова підтримка соціального пакета через план соціального забезпечення працівників організації (невід'ємна частина плану організації заходу) [17].

Отже, пандемія COVID-19 та війна негативно вплинули на світову економіку, на спосіб життя мільйонів людей і на бізнес-сектор. Соціальна відповідальність бізнесу підвищила свій рівень важливості завдяки етичним, соціально-економічним та управлінським компонентам, що становлять основу сучасної суспільної свідомості. Різноманітний досвід, як позитивний, так і негативний, викликаний локдауном та великою кількістю біженців, вплинув на поведінку суспільства. Обмеження щодо доступності їжі, занепокоєння та незахищеності роботи; підвищення сприйняття ризику; і зменшення бажання зробити внесок у навколишнє середовище відкриває можливість компаніям використати та розширити свою відповідальну практику, переорієнтувавши соціальну поведінку на більшу співпрацю з метою спільного подолання наслідків, які були створені.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Глобальні виклики, зокрема COVID-19, спонукали компанії все більше залучати соціальні та екологічні аспекти у свою бізнес-діяльність. Це було зумовлено переважно державними правилами і є потенційним джерелом конкурентних переваг для компаній. Окрім тиску з боку уряду, примус був ще одним каталізатором запровадження практики соціальної відповідальності бізнесу. Дії, зосереджені на екологічних результатах, стали центром сталого розвитку, оскільки прийняття таких практик стимулює корпоративний розвиток, а також інвестиції. Дебати між групами інтересів та акціонерами посилюються в останні роки, оскільки регуляторний та примусовий тиск, який чинили на компанію, призвів до включення стійких індикаторів, таких як ESG (показники, зосереджені на навколишньому середовищі, соціальній сфері та сферах управління), які охоплюють аспекти, пов'язані зі зміною клімату, забрудненням, умовами праці. Компоненти, які становлять соціальну відповідальність, були порушені під впливом пандемії, що сильно вплинуло на світову економіку через політику, введenu для припинення поширення вірусу. Вони містили закриття несуттєвих видів діяльності, тому економічний вплив, як очікується, триватиме. Екологічна ефективність під час пандемії та війни спонукає до зниження проактивних дій щодо навколишнього середовища, оскільки це головні проблеми у всьому світі.

Майбутні дослідження у цьому напрямку мають бути спрямовані на проблеми сталого розвитку бізнесу в умовах війни, а також на сфери прояву упровадження соціальної відповідальності бізнесу в післявоєнний період.

Література

1. Бойко О. Соціальна відповідальність бізнесу у період воєнного стану. URL: <https://eba.com.ua/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-u-period-voyennogo-stanu>
2. Букресва Д., Денисенко К. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. *Економіка та суспільство*, 38. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52>
3. Latapi Agudelo, M., Johannsdottir, L., Davidsdottir, B. A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility* 4, 1 (2019). URL: <https://www.researchgate.net/>

- publication/330563745_A_literature_review_of_the_history_and_evolution_of_corporate_social_responsibility/link/5fc4823fa6fdcc6cc6846b04/download
4. Lindeque, J., Samuel, O., Kraft, C. Small Businesses' Social Responsibility and Political Activity Survey Studies: A Review, Synthesis, and Research Agenda. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/21582440221085020>
 5. Chih-Cheng Chen, Asif Khan, Tanaporn Hongsuchon, Athapol Ruangkanjanases, Yen-Tzu Chen, Ornlatcha Sivarak, Shih-Chih Chen. The Role of Corporate Social Responsibility and Corporate Image in Times of Crisis: The Mediating Role of Customer Trust. *Int. J Environ Res Public Health*. 2021 Aug; 18(16): 8275. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8394849/>
 6. Seely, H. Top Corporate Social Responsibility Trends 2022. *Work for impact*. 2022. URL: <https://www.workforimpact.com/blog/top-corporate-social-responsibility-trends-2022>
 7. Kurland, N., Baucus, M., Steckler, E. Business and society in the age of COVID-19: Introduction to the special issue, *Business and Society Review*, S1, p. 147–157, 2022. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/basr.12265>
 8. Stern, J. The Business Benefits of Corporate Social Responsibility Impact Assessments. *Forbes*. 2022. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2022/01/24/the-business-benefits-of-corporate-social-responsibility-impact-assessments/?sh=67db47883209>
 9. Clendaniel, M. The 10 most innovative companies in corporate social responsibility of 2022. URL: <https://www.fastcompany.com/90724377/most-innovative-companies-corporate-social-responsibility-2022>
 10. Kroese, M. Steps Toward Building More Sustainable Organizations. *Harvard Business Review*. URL: <https://hbr.org/sponsored/2022/05/steps-toward-building-more-sustainable-organizations>
 11. В Україні схвалено концепцію розвитку соціально відповідального бізнесу до 2030 року. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/news/detail?id=8baf7d2c-af65-4af7-af48-e1160084e828>
 12. Зварич Р., Дудник Ю., Гомотюк В., Боднар С. Ризик-менеджмент цифрової трансформації в умовах пандемії. *Вісник Економіки*. № 1, 2022. С. 38–53. URL: <http://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/1330>
 13. Wickert, Ch. Corporate Social Responsibility Research in the *Journal of Management Studies*: A Shift from a Business-Centric to a Society-Centric Focus. *Journal of Management Studies*. Volume 58, Issue 8, p. E1-E17. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/joms.12775>
 14. Fu, L., Boehe, D. Explainer: what is corporate social responsibility or CSR – and what do investors need to know? URL: <https://theconversation.com/explainer-what-is-corporate-social-responsibility-or-csr-and-what-do-investors-need-to-know-169256>
 15. The changing nature of corporate social responsibility. URL: <https://umdearborn.edu/news/changing-nature-corporate-social-responsibility>
 16. Greenaway, K. 5 Ways to Win at Corporate Social Responsibility in 2022. URL: <https://onetribeglobal.com/sustainable-business/5-ways-to-win-at-corporate-social-responsibility-in-2022/>

-
17. Understanding corporate CSR in the digital era. Blog QHSE. Quality & EHS Management in the digital age. URL: <https://www.blog-qhse.com/en/understanding-corporate-csr-in-the-digital-era>

References

1. Boiko, O. (2022). Sotsialna vidpovidalnist biznesu u period voiennoho stanu. [Social responsibility of business during martial law]. Retrieved from: <https://eba.com.ua/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-u-period-voyennogo-stanu> [in Ukrainian].
2. Bukreieva, D., Denysenko, K. (2022). Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak osnova zabezpechennia dilovoï aktyvnosti pidprijemstv: yevrointehratsiinyi aspekt. [Social responsibility of business as a basis for ensuring business activity of enterprises: European integration aspect]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 38. Retrieved from: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52> [in Ukrainian].
3. Latapi Agudelo, M., Johannsdottir, L., Davidsdottir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility* 4, 1. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/330563745_A_literature_review_of_the_history_and_evolution_of_corporate_social_responsibility/link/5fc4823fa6fdcc6cc6846b04/download [in English].
4. Lindeque, J., Samuel, O., Kraft, C. (2022). Small Businesses' Social Responsibility and Political Activity Survey Studies: A Review, Synthesis, and Research Agenda. Retrieved from: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/21582440221085020> [in English].
5. Chih-Cheng Chen, Asif Khan, Tanaporn Hongsuchon, Athapol Ruangkanjanases, Yen-Tzu Chen, Ornlatcha Sivarak, Shih-Chih Chen. (2021). The Role of Corporate Social Responsibility and Corporate Image in Times of Crisis: The Mediating Role of Customer Trust. *Int J Environ Res Public Health*. Aug; 18(16): 8275. Retrieved from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8394849/> [in English].
6. Seely, H. (2022). Top Corporate Social Responsibility Trends 2022. Work for impact. Retrieved from: <https://www.workforimpact.com/blog/top-corporate-social-responsibility-trends-2022> [in English].
7. Kurland, N., Baucus, M., Steckler, E. (2022). Business and society in the age of COVID-19: Introduction to the special issue, *Business and Society Review*, S1, pp. 147-157. Retrieved from: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/basr.12265> [in English].
8. Stern, J. (2022). The Business Benefits of Corporate Social Responsibility Impact Assessments. *Forbes*. Retrieved from: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2022/01/24/the-business-benefits-of-corporate-social-responsibility-impact-assessments/?sh=67db47883209> [in English].
9. Clendaniel, M. (2022). The 10 most innovative companies in corporate social responsibility of 2022. Retrieved from: <https://www.fastcompany.com/90724377/most-innovative-companies-corporate-social-responsibility-2022> [in English].

10. Kroese, M. (2022). Steps Toward Building More Sustainable Organizations. *Harvard Business Review*. Retrieved from: <https://hbr.org/sponsored/2022/05/steps-toward-building-more-sustainable-organizations> [in English].
11. V Ukraini skhvaleno kontseptsiu rozvytku sotsialno vidpovidalnoho biznesu do 2030 roku. (2020). Ministerstvo ekonomiky Ukrainy. [Ukraine has approved the concept of socially responsible business development until 2030. Ministry of Economy of Ukraine]. Retrieved from: <https://www.me.gov.ua/news/detail?id=8baf7d2c-af65-4af7-af48-e1160084e828> [in Ukrainian].
12. Zvorych, R., Dudnyk, Yu., Homotiuk, V., Bodnar S. Ryzhik-menedzhment tsyfrovoi transformatsii v umovakh pandemii. (2022). [Risk management of digital transformation under pandemic]. *Visnyk Ekonomiky – Herald of Economics*, 1, 38-53. Retrieved from: <http://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/1330> [in Ukrainian].
13. Wickert, Ch. (2021). Corporate Social Responsibility Research in the *Journal of Management Studies: A Shift from a Business-Centric to a Society-Centric Focus*. *Journal of Management Studies*. Volume 58. Issue 8, pp. E1-E17. Retrieved from: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/joms.12775> [in English].
14. Fu, L., Boehe, D. (2021). Explainer: what is corporate social responsibility or CSR – and what do investors need to know? Retrieved from: <https://theconversation.com/explainer-what-is-corporate-social-responsibility-or-csr-and-what-do-investors-need-to-know-169256> [in English].
15. The changing nature of corporate social responsibility. (2022). Retrieved from: <https://umdearborn.edu/news/changing-nature-corporate-social-responsibility> [in English].
16. Greenaway, K. (2022). 5 Ways to Win at Corporate Social Responsibility in 2022. Retrieved from: <https://onetribeglobal.com/sustainable-business/5-ways-to-win-at-corporate-social-responsibility-in-2022/> [in English].
17. Understanding corporate CSR in the digital era. Blog QHSE. (2021). *Quality & EHS Management in the digital age*. Retrieved from: <https://www.blog-qhse.com/en/understanding-corporate-csr-in-the-digital-era> [in English].

Статтю отримано 03 квітня 2022 р.

Article received April 03, 2022.