УДК 332.012.2
Машлій Г.Б., Сушко Я.В.
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ

Mashliy H., Sushko Y.

SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN THE CONDITIONS OF CHALLENGES

Останні кілька років Україна живе у стані постійних викликів. З початку 2020 року – пандемія COVID-19, 2022 р. - повномасштабна війна у державі, яка вже завдала рекордних збитків усім галузям української економіки, бізнесу. Втрати інфраструктури через бойові дії, постійні бомбардування, виїзд великої кількості жителів за кордон, знецінення гривні, втрата роботи багатьма громадянами нашої країни і, відповідно, зниження платоспроможності населення, розрив логістичних ланцюжків бізнесу— через все доводиться проходити зараз Україні. Втрата багатьох ринків збуту, дорогі кредити, мобілізація працівників, дефіцит енергоресурсів — найбільші проблеми для вітчизняного бізнесу під час війни. Виживання за таких складних умов вимагає наявності адаптивних властивостей, а також вміння щоденно підтримувати життєдіяльність національної економіки, яка знекровлюється війною.

Від початку повномасштабної війни у лютому 2022 року і до сьогодні, впродовж п'ятнадцяти виснажливих місяців стійкість бізнесу перевірялась неодноразово – від прийняття швидких рішень та адекватного реагування на поточні виклики до оптимізації структури й адаптації моделі бізнесу. Звичні, усталені правила ведення бізнесу у мирний час більше не є ефективними на ринку, і лише той бізнес, що зумів усвідомити та врахувати усі проблеми і виклики, пов'язані з війною, сьогодні продовжує працювати, здійснюючи наповнення казни держави.

У цих складаних умовах все більшої ролі набуває концепція соціальної відповідальності бізнесу, яка полягає у тому, що компанія, окрім досягнення своїх фінансових цілей, у процесі свого функціонування також надає допомогу суспільству, забезпечуючи досягнення його цілей та цінностей. При цьому можна виділити наступні види відповідальності: етичну, економічну, екологічну та філантропічну [1].

Споживачі часто прагнуть купувати товари та послуги від соціально відповідальних компаній, що може позитивно впливає на реалізацію їх продукції та прибутки. Наприклад, за результатами проведених опитувань споживачів у США, 90% респондентів відмітили, що вони придбають продукт через те, що даною компанією було підтримано розв'язання проблеми, яка їх хвилює і відповідає їх переконанням [2]. Окрім того, фірми при впровадженні програм соціальної відповідальності покращують свій бренд, також зростає їх імідж в очах власного персоналу.

Список використаних джерел:

1. Стойко І., Шерстюк Р., Долубовська О. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні у воєнний і післявоєнний період. *Соціально- економічні проблеми і держава.* 2022. Вип. 2 (27). С. 93-106. URL : http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22siiipp.pdf.

2. Паладієва Я. Соціальна відповідальність бізнесу: що це означає та чому важливо. URL: https://mainbusinesspartner.ua/sotsialna-vidpovidalnist-bisnesu.