

і саме тому ця діяльність є вигідною для економічної безпеки України. Отже, соціальне підприємництво дозволить виявити ряд існуючих проблем в суспільстві, а також прискорить їх рішення шляхом залучення великої кількості зацікавлених осіб.

#### Список використаних джерел:

1. Бойда С. Соціальне підприємництво як інструмент післявоєнної відбудови економіки України. *Економіка та суспільство*. 2023. № (58). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-25>
2. Богацька Н. Вплив ринку праці на конкурентоспроможність соціального підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. № 43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-1>
3. Гурочкіна В., Браунагель А. Соціальні підприємства в умовах війни vs ринок праці та демографічна ситуація України. *Сталий розвиток економіки*. 2024, №3(50), с. 271-282. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-50-41>
4. Нагорна Н.С. Особливості розвитку соціального підприємництва в умовах воєнного стану. *Психологічні студії*. 2023. № (2). С. 146–154. DOI: <https://doi.org/10.32782/psych.studies/2023.2.19>

## КСВ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ: ОСНОВНІ ВИКЛИКИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ КСВ В УКРАЇНІ

**Брінь Павло**

*к.е.н, професор кафедри менеджменту,  
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,  
м. Харків*

**Веньлун Ян**

*аспірант кафедри менеджменту,  
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,  
м. Харків*

Однією з сучасних світових тенденцій є посилення соціальної орієнтованості бізнесу та активне впровадження концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та сталого розвитку. Зазначимо, що дані концепції використовуються не тільки як виключно філантропічна діяльність, а і як фактор посилення конкурентоспроможності як бізнесу, так і держави і цілому [1]. Активне впровадження концепції КСВ може суттєво підвищити економічну безпеку України, зокрема завдяки залученню інвестицій та покращенню міжнародного іміджу країни, оскільки КСВ дозволяє компаніям створювати довіру серед споживачів, партнерів, інвесторів та інших стейкхолдерів, що важливо для розвитку бізнесу в умовах економічної нестабільності. Коли компанії активно підтримують екологічні, соціальні та економічні ініціативи, це демонструє їхню надійність та сталість, що сприятиме зростанню інвестицій в країну, що в свою чергу стабілізуватиме економіку та буде знижувати ризики внутрішніх криз.

Не менш важливим аспектом є вплив КСВ на соціальну стабільність. За умов високого рівня безробіття та економічних труднощів, підтримка місцевих громад і розвиток соціальних програм дозволяє компаніям не лише підвищити якість життя

своїх працівників, але й сприяти загальному покращенню соціальних умов в регіонах. Це допоможе знижувати рівень соціальної напруги, що може бути важливим чинником для стабільності економіки країни. Крім того, ефективне управління ресурсами, відповідальне ставлення до екології і сталий розвиток допомагають країні зберігати свої природні ресурси та забезпечувати енергетичну безпеку, що є важливим для економічної стабільності.

Концепція КСВ використовується в Україні все більшою кількістю підприємств та організацій [2], про що, наприклад, свідчить збільшення представництва в Глобальному договорі ООН. В той же час сьогодні в Україні існує багато викликів щодо подальшої активізації впровадження концепції КСВ, а саме:

1. Недостатній рівень економічної стабільності. Україна все ще перебуває у стані економічної трансформації, що характеризується нестабільністю валютного ринку, високим рівнем інфляції та слабкою інвестиційною привабливістю. В таких умовах більшість компаній зосереджуються на короткостроковій вигоді та збереженні фінансової стійкості, відкладаючи впровадження КСВ на другий план.

2. Низька обізнаність бізнесу про КСВ. В Україні досі відсутнє глибоке розуміння того, що КСВ є не витратою, а інвестицією у стале майбутнє. Багато компаній розглядають КСВ виключно як благодійність, що обмежує можливості для створення довгострокових соціально-економічних проєктів.

3. Недостатня законодавча база. Хоча в Україні існують певні нормативні акти, які стосуються соціально відповідальної діяльності бізнесу (наприклад, екологічні стандарти чи трудове законодавство), цілісної політики щодо КСВ на рівні держави немає. Відсутність конкретних стимулів або податкових пільг для компаній, що реалізують КСВ, знижує мотивацію бізнесу впроваджувати відповідальні практики.

4. Соціально-культурні бар'єри. Українське суспільство ще не повною мірою усвідомлює значення КСВ. У громадськості часто бракує розуміння того, як саме компанії можуть впливати на соціальні та екологічні аспекти. Як результат, попит на соціально відповідальну продукцію та послуги хоча і збільшується, все ще залишається низьким, що не стимулює бізнес до змін.

5. Вплив війни та гуманітарної кризи. Повномасштабна війна, яка розпочалася в Україні у 2022 році, значно вплинула на всі аспекти життя, включно з бізнесом. У таких умовах компанії змушені перерозподіляти ресурси на підтримку армії, допомогу біженцям або відновлення інфраструктури, часто на шкоду довгостроковим КСВ-програмам [3-5].

6. Відсутність стратегічного підходу до КСВ. Українські компанії часто реалізують соціально відповідальні проєкти без чіткої стратегії, що робить їх короткостроковими та малоефективними. Відсутність інтеграції КСВ у бізнес-модель компаній знижує її вплив на сталий розвиток.

7. Складнощі з вимірюванням ефективності КСВ. Багатьом українським компаніям бракує досвіду і ресурсів для розробки показників ефективності КСВ. Як результат, оцінка реального впливу таких програм на суспільство або довкілля може виявитися надскладним завданням.

З метою подолання розглянутих викликів, на нашу думку, доцільним є застосування наступних заходів:

1. Розробка в Україні стимулів для впровадження КСВ. Уряду слід створити сприятливі умови для компаній, які впроваджують КСВ. Це може включати податкові

пільги, фінансові стимули, грантові програми для підприємств, що реалізують соціальні та екологічні ініціативи. Такі механізми сприятимуть заохоченню компаній інвестувати у стійкі бізнес-процеси.

2. Проведення інформаційних кампаній. Багато українських компаній та підприємців не повною мірою усвідомлюють переваги КСВ. Організація державних та приватних просвітницьких заходів, медіакампаній і тренінгів допоможе підвищити рівень обізнаності серед бізнесу, споживачів та громадськості про позитивний вплив КСВ на економіку, соціальну сферу та довкілля.

3. Інтеграція КСВ у навчальні програми університетів та бізнес-шкіл. Освіта відіграє ключову роль у формуванні культури відповідального ведення бізнесу. Включення дисциплін із КСВ у навчальні програми університетів, бізнес-шкіл і програм підвищення кваліфікації сприятиме підготовці фахівців, які зможуть ефективно впроваджувати принципи сталого розвитку в українських компаніях.

4. Розвиток партнерств між бізнесом, громадами та міжнародними організаціями. Співпраця між компаніями та стейкхолдерами (місцевими громадами, неурядовими організаціями та міжнародними партнерами) дозволить обмінюватися досвідом, ресурсами та кращими практиками. Це сприятиме реалізації масштабних КСВ-проектів, які матимуть довгостроковий позитивний вплив.

Висновок. Впровадження КСВ в Україні має значний потенціал для сталого розвитку та забезпечення економічної безпеки держави, але потребує системного підходу, активної участі всіх зацікавлених сторін та подолання існуючих викликів. Лише через синергію бізнесу, держави, освіти та громадянського суспільства можна створити сприятливе середовище для відповідального підприємництва та соціально орієнтованої економіки.

#### Список використаних джерел:

1. Брінь П. В. Ян Веньлун. Вплив стратегії сталого розвитку на конкурентоспроможність підприємства. Новий світогляд лідерства в умовах четвертої промислової революції та його вплив на вибір технології управління : кол. монографія / за ред. Полянської А. С. Івано-Франківськ : Івано-Франківськ. нац. техн. ун-т нафти і газу, 2024. Розд. 11.2. С. 279-290. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/78993>

2. Храпкіна В. В., Тиран О. В. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності у діяльності сучасної української компанії. Держава та регіони. Сер.: *Економіка та підприємництво*. 2022. № 2 (125). С. 119-124.

3. Завадських Г.М., Лисак О.І., Тебенко В.М. Корпоративна соціальна відповідальність: формування та реалізація в Україні. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету ім. Д. Моторного (економічні науки)*. Друкарня ТДАТУ, 2023. № 2(48). С. 129-139. <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/17111>

4. Бурій Є.П., Жалдак Г.П. Корпоративна соціальна відповідальність в умовах війни. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Бізнес, інновації, менеджмент : проблеми та перспективи». Київ, 20 квітня 2023 р. с. 23-24.

5. Червінська Л., Червінська Т., Каліна І., Коваль М., Шуляр Н., Чернишов О. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни. *Проблеми теорії та практики фінансово-кредитної діяльності*. 2023. № 6(53). С. 405-416. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcapt.6.53.2023.4187>