

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ
АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



ЗБІРНИК ТЕЗ

III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

«ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВЕ, ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА МОВНО-КОМУНІКАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ: ПРОБЛЕМИ, ПРІОРИТЕТИ, ПЕРСПЕКТИВИ»

22-23 жовтня 2025 року



Дніпро 2025

РОЛЬ CSR У ФОРМУВАННІ ДОВІРИ ДО БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗИ

Г. М. Завадських, к. е. н., доцент, кафедра економіки і бізнесу,

Таврійський державний агротехнологічний університет

імені Дмитра Моторного, м. Запоріжжя, Україна

У сучасних умовах багаторівневої кризи, спричиненої повномасштабною війною в Україні, питання довіри до бізнесу набуває особливої ваги. Економічна нестабільність, деструкція логістичних ланцюгів, масова міграція населення та погіршення соціально-психологічного клімату створили безпрецедентні виклики для приватного сектору. Водночас у кризовий період бізнес стає не лише суб'єктом економічної активності, а й важливим соціальним гравцем, здатним підтримувати суспільство через реалізацію стратегій корпоративної соціальної відповідальності (CSR).

CSR розглядається як ефективний інструмент формування соціального капіталу та зміцнення довіри між бізнесом, громадянами, державою та міжнародними партнерами [1]. У фокусі сучасної CSR-практики - не лише збереження робочих місць і сплата податків, а й системна участь компаній у гуманітарних, оборонних та відбудовчих ініціативах. Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність стає засобом легітимації бізнесу в очах суспільства та індикатором його зрілості у контексті національних викликів. Аналіз практик українських компаній підтверджує, що довіра формується не лише через обсяги наданої допомоги, а й через прозорість, сталість і послідовність дій бізнесу.

У періоди масштабних суспільно-політичних викликів, зокрема під час війни, корпоративна соціальна відповідальність (CSR) трансформується зі складової корпоративної культури на інструмент формування та підтримки суспільної довіри. У контексті України CSR став відповіддю на дефіцит державних ресурсів і підґрунтям нових форм солідарності бізнесу з громадянським суспільством.

Підтримка армії, громад, внутрішньо переміщених осіб, систем охорони здоров'я та освіти з боку українських компаній виступає доказом того, що CSR функціонує як ключовий елемент репутаційного капіталу [2]. Наприклад, компанія Метінвест інвестувала значні ресурси в медичну допомогу та захист персоналу на виробництвах, одночасно реалізуючи гуманітарні програми для місцевих громад. Компанії, що демонструють прозору та системну участь у вирішенні соціальних проблем, посилюють свою легітимність в очах громад, місцевої влади та державних інституцій. Прикладом є діяльність групи МХП, яка через благодійний фонд «МХП

– Громаді» реалізувала програму передачі продовольства в регіони, постраждали від бойових дій, що сприяло формуванню довіри на рівні громад.

У часи війни важливою стала підтримка працівників, їхньої безпеки, зайнятості та добробуту. Компанія SoftServe демонструє послідовну стратегію внутрішнього CSR, зокрема через програми ментального здоров'я, навчання та волонтерства, що сприяє підвищенню лояльності персоналу. Компанія Нова Пошта стала прикладом CSR-практики в логістичній сфері: підтримка гуманітарних перевезень, безкоштовна доставка вантажів для ЗСУ та волонтерських організацій дозволила не лише зберегти довіру клієнтів, а й розширити соціальну роль компанії в кризових умовах.

CSR-проекти часто реалізуються у форматі державно-приватного партнерства. Компанія ArcelorMittal Кривий Ріг не лише спрямувала значні кошти на підтримку громад, а й здійснила авансову сплату податків, що підвищило її інституційну довіру як фінансово-стабільного та соціально відповідального актора.

Застосування стандартів екологічного, соціального та управлінського управління (ESG) підсилює прозорість та ефективність CSR, що особливо важливо в посткризовий період. Дотримання ESG-принципів дозволяє компаніям формувати довіру на міжнародному рівні та залучати інвестиції.

CSR у контексті воєнної кризи в Україні перетворюється на механізм формування соціального капіталу, підвищення репутаційної стійкості бізнесу та забезпечення стратегічної довіри з боку суспільства [3]. Компанії, що діють відповідально та прозоро, не лише зберігають операційну стабільність, а й стають ключовими партнерами у процесах національного відновлення.

Список використаних джерел.

1. Завадських Г. М., Лисак О. І., Тебенко В. М. Корпоративна соціальна відповідальність: формування та реалізація в Україні. Збірник наукових праць ТДАТУ. 2023. № 2. С.130–139.
2. Козюра І. В., Дорошенко В. В. Соціально відповідальний бізнес як стратегія зміцнення стійкості та конкурентоспроможності підприємств в умовах кризових викликів. Бізнес Інформ. 2024. № 11. С. 294–300.
3. Мороз С., Мейш А., Левченко С. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні в умовах війни. Вісник Хмельницького національного університету. 2023. № 3. С. 231–238.
4. Пасінович І. І., Сич О. А. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності банків в Україні в контексті сталого розвитку. Інтелект XXI. 2022. № 2. С. 43–50.