

ротний тренд заміщення традиційної генерації на ВДЕ – інвестиції у сферу поступово зростають.

Відновлювана енергетика України втратила значний обсяг потужностей внаслідок війни. Втім розвиток галузі у 2015–2021 роках довів, що вона може бути «інвестиційним магнітом», а сучасні вимоги щодо кліматичної політики Європейського Союзу та глобальні тренди у сфері сталого розвитку лише підтверджують це. Тож розвиток відновлюваної енергетики повинен стати однією з основ відновлення української економіки та забезпечення енергетичної безпеки держави. З цією метою вже зараз потрібно починати обговорення можливостей і бар'єрів розвитку галузі та визначити план дій під час та після закінчення війни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ

1. Стефанович Є. А. Інвестиційні проєкти та джерела їх фінансування. *Інвестиції: практика та досвід*. 2010. Вип. 20. С. 8–12.
2. Щукін Б. М. Аналіз інвестиційних проєктів: конспект лекцій. МАУП. 2002. 128 с.
3. Bloomberg New Energy Finance. 2018. URL: www.bloomberg.com/impact/products/bloombergnef/ (дата звернення: 05.09.2024).
4. Завербний А. С., Псуй М. С., Керницький І. С. Світові тенденції розвитку енергетики та потенційні можливості для підвищення рівня енергетичної безпеки України в умовах інтегрування її енергетичного сектору. *Соціально-правові студії*. 2018. Вип. 1. С. 121–127.
5. Приб К. А. Інвестування в розвиток відновлюваних джерел енергії. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*. 2021. Том 6, вип. 1. С. 111–116.
6. Ризики для енергетичної безпеки: глобальний і національний аспекти: аналітична записка. *НІСД*. 02.01.2013. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/nacionalna-bezpeka/riziki-dlya-energetichnoi-bezpeki-globalniy-i-nacionalniy-aspekti> (дата звернення: 09.09.2024).
7. Дороніна І. І. Трансформація енергетичного сектору ЄС та України: відновлювані джерела енергії. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2019. Вип. 4. С. 122–129. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizvru_2019_4_14 (дата звернення: 09.09.2024).
8. Омельченко В. Сектор відновлюваної енергетики України до, під час та після війни: стаття та інтерв'ю. 2022. URL: <https://razumkov.org.ua/statti/sector-vidnovlyuvanoyi-energetyky-ukrayiny-do-pid-chas-ta-pislya-viyny> (дата звернення: 12.09.2024).
9. Маркевич К., Сіденко В. «Зелені» інвестиції у сталому розвитку: світовий досвід та український контекст: аналітична доповідь. Київ. 2019. С. 64–69.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Додон О. Д.^{1*}, Соколюк І. Ю.²

¹Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця (Україна),

²Державна установа «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України», Одеса (Україна)

*e-mail: o.zachosa@donnu.edu.ua

До недавнього часу дослідження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) здебільшого зосереджувалися на фінансовій підтримці вирішення соціальних проблем, забезпеченні сталого розвитку різних галузей і своєчасній сплаті податків. Підприємства, крім цього, активно підтримували незахищені верстви на-

селення, розвивали інфраструктуру та співпрацювали з місцевою владою. В умовах війни бізнес стикається не лише з економічними ризиками, але й із загрозою знищення або окупації. Попри це, глибокий аналіз впровадження КСВ під час воєнних дій ще триває, а також постає необхідність розробки нових підходів до активізації соціальної відповідальності під час війни та після її завершення [1].

Українські та міжнародні дослідники вивчали КСВ, використовуючи різні методологічні підходи та інноваційні практики. А. Швець аналізує КСВ через призму циркулярної економіки, а Ю. Серпенінова і Л. Северина розглядають соціальну відповідальність як ключовий чинник діяльності підприємств і пропонують адаптувати європейські моделі для умов війни. В. Євтушенко досліджує механізми соціальної відповідальності та нові методи їх вимірювання. Зарубіжні вчені, як-от М. Фрідман і П. Друкер, наголошують на важливості участі держави, освіти, медіа та прозорості нефінансової звітності для розвитку КСВ. Проте, незважаючи на значний внесок науковців, деякі аспекти залишаються недостатньо вивченими. Для вирішення цих проблем використовувалися загальноприйняті наукові методи, зокрема: системний аналіз для узагальнення наукових підходів до вивчення соціальної відповідальності бізнесу та управлінських систем; статистичний аналіз для дослідження різних аспектів розвитку бізнесу та його впливу на соціальні процеси; системно-аналітичні підходи й експертні опитування для діагностики допомоги під час війни; графічні методи для візуалізації, порівняння та узагальнення отриманих даних; систематизація для розробки рекомендацій щодо вдосконалення проєктів КСВ в умовах війни [2].

За результатами опитування Factum Group Ukraine, 67 % респондентів підтвердили, що отримували допомогу від українських компаній, які продовжують працювати в умовах війни. Найбільшу підтримку надали телекомунікаційні компанії (46 %), харчова промисловість (38 %), логістичні служби (34 %), банківський сектор (32 %) та ІТ-компанії (28 %).

Головним пріоритетом для бізнесу зараз є підтримка військових (39 %) і допомога своїм працівникам (18 %). За даними платформи «Дія», приблизно 33,4 % компаній адаптували свої стратегії до умов війни, а понад половина (50,5 %) працює інтуїтивно, розробляючи нові підходи. Значні зміни також відбулися в малому та середньому бізнесі: 43 % підприємств скоригували свої плани, особливо ті, які працюють на експорт. Частка експортоорієнтованих компаній варіюється від 48,2 % у північно-західних регіонах до 36,2 % у південних. У цей час багато компаній зосередилися на допомозі переміщеним особам, армії та підтримці інших соціальних ініціатив. Війна також вплинула на ринок праці, спричинивши міграцію та зміни в структурі зайнятості, а також у вимогах до професійних навичок. Зростання філантропічної діяльності стало ще одним помітним наслідком війни, а рівень благодійності значно зріс, досягнувши індексу 7,8 з 10, що є набагато ви-

щим, порівняно з довоєнним рівнем. На Заході України військова допомога була найактивнішою – її рівень досягнув 94 %. У центральних та південних регіонах цей показник дещо нижчий – 89 % і 83 % відповідно, а на Сході країни – 72 % [3].

У 2022 році кількість некомерційних благодійних організацій збільшилася у 12 разів, порівняно з 2021 роком, що частково зумовлено фінансовими можливостями. Це є відповіддю на міжнародну підтримку і відображає готовність українців не лише допомагати, але й інвестувати у зміцнення незалежності країни. Агрохолдинг МХП надав мирним жителям і військовим 12,8 тисяч тонн продовольства на суму 700 мільйонів гривень. Компанія та її благодійні фонди допомогли понад 300 тисячам людей, включно з внутрішньо переміщеними особами та дітьми. ІВОХ BANK передав бронетехніку для евакуації, ПУМБ виділив 80 мільйонів гривень на засоби захисту, а «Нова Пошта» доставила більше 40 тисяч тонн гуманітарної допомоги [4].

Під час війни соціальна відповідальність бізнесу в Україні стала новою формою взаємодії з суспільством. Дослідження свідчать, що люди більше довіряють компаніям, які підтримують країну в ці важкі часи. Експерти вказують, що розвиток соціальної відповідальності бізнесу стимулюється кількома факторами: вимогами суспільства щодо соціально відповідальної поведінки компаній, підтримкою держави підприємств, які дотримуються таких принципів, і популяризацією успішних прикладів КСВ. Згідно з дослідженнями Google та Kantar, понад 40 % опитаних вважають, що фінансування гуманітарної допомоги, підтримка переселенців та волонтерська діяльність є важливими елементами іміджу компаній [3; 4].

Під час війни соціальна відповідальність вимірюється тим, наскільки компанія поділяє свої цінності з командою та суспільством. КСВ більше не є привілеєм великих компаній чи способом підвищити репутацію – вона стає невід’ємним складником діяльності будь-якої компанії, що прагне успіху в Україні. Для працівників компаній соціальна відповідальність відіграє важливу роль, адже вона забезпечує відчуття стабільності та довіри.

Український бізнес, попри нові виклики війни, значно розширив свої соціальні програми, підвищивши рівень соціальної відповідальності на новий рівень. Соціальна відповідальність зараз є важливим аспектом не лише для збереження робочих місць і виживання компаній, але й для економічного та соціального розвитку загалом. Сучасні компанії дедалі частіше орієнтуються на суспільні потреби, а не лише на прибуток, застосовують інновації та цифрові технології, а також надають підтримку своїм працівникам і громадам. З досвіду українських компаній видно, що багато з них беруть участь у волонтерських проєктах, зокрема на підтримку армії та екологічних ініціатив. Однак не всі компанії в Україні під час війни діють відповідально, і в деяких секторах, як-от нелегальний обіг товарів та послуг, частка тіньової економіки зростає.

Перспективи розвитку КСВ в Україні залежать від державної підтримки, податкових стимулів для соціально відповідальних підприємств і підвищення обізнаності населення про важливість цієї відповідальності. Запровадження ефективних механізмів та врахування міжнародного досвіду допоможе поширити КСВ в Україні та підвищити її значення як у воєнний, так і в мирний час.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ

1. Безвух С. В. Соціальна відповідальність бізнесу в конфліктні часи. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 3. С. 123–129.
2. Шергіна Л. А., Савощенко О. Аспекти соціальної відповідальності бізнесу в конфліктні часи. *Молодіжний економічний дайджест*. 2015. № 4. С. 47–52.
3. Соціальна відповідальність бізнесу під час війни: утримати те, що є, або впроваджувати нові практики? *Новини Вінниці*. 24.09.2022. URL: <https://news.vn.ua/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-pid-chas-viynu-utrymaty-teshcho-ie-abo-vprovadzhuvaty-novi-praktyky/>
4. Завальнюк І. Соціальна відповідальність під час війни: кейс IBOX BANK. *ua.news*. 05.08.2022. URL: <https://ua.news/ua/money/sotsyalnaya-otvetstvennost-vo-vremya-vojny-kejs-ibox-bank>

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ПРИНЦИПІВ ВІДКРИТОЇ НАУКИ В СЕРЕДОВИЩІ МОЛОДИХ ДОСЛІДНИКІВ

Дороніна О. А.

Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця (Україна)
e-mail: o.doronina@donnu.edu.ua

У жовтні 2022 р. в Україні було схвалено Національний план відкритої науки, що став одним з кроків інтеграції до Європейського дослідницького простору. План охоплює шість основних завдань, що передбачають реалізацію низки заходів, термін провадження яких визначено до 2030 року [1]. Серед цих завдань – завдання 6 «Підвищення рівня поінформованості та формування компетентності з питань відкритої науки» [1]. Вважаємо, що акцент під час цього має бути зроблений насамперед на молодих дослідників (зокрема здобувачів вищої освіти різних рівнів підготовки), як на найбільш перспективну та прогресивну рушійну силу вітчизняної науки.

Відкрита наука як принципово новий підхід до організації та реалізації наукового процесу потребує відповідної популяризації у середовищі молодих дослідників, які мають імплементувати філософію відкритої науки у свою діяльність та бути її провідниками у суспільстві. Важлива роль у цьому має належати закладам вищої освіти (ЗВО), в яких реалізується сучасна концепція навчання через дослідження. До потенційних переваг відкритої науки у вищій освіті дослідники відносять [2, с. 20]: доступність знань, зокрема через відкриті освітні ресурси та журнали відкритого доступу; потенціал у подоланні міждисциплінарних бар'єрів з метою вирішення глобальних проблем; спільне використання ресурсів, зокрема здійс-