

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД СОЦІАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

В.В. НАГОРНИЙ,

*к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки,
Національний університет біоресурсів і природокористування України,
м. Київ, Україна*

ORCID: 0000-0001-5551-4779

E-mail: nagornyvitaliy@nubip.edu.ua

Анотація. У статті розглянуто теоретичні аспекти соціалізації бізнесу, досліджено основні чинники впливу на соціалізацію бізнесу, а також увага приділена сучасному стану соціалізації бізнесу в міжнародному контексті. Досліджено, що в сучасній науковій літературі поняття «соціалізація» розглядається в різних контекстах залежно від специфіки дослідника і галузі знань. В економічному контексті соціалізація асоціюється з формуванням концепцій, орієнтованих, перш за все, на соціум і індивідуально – на людину.

Результати дослідження свідчать, що теоретичні аспекти соціалізації бізнесу визначають сучасний підхід до управління діяльністю бізнесу. Він свідчить про поступову відмову від традиційних бізнес-моделей на користь урахування соціальних, екологічних і етичних чинників. Варто зазначити, що соціалізація бізнесу не обмежується лише досягненням прибутковості, але й орієнтується на вирішення соціальних завдань і врахування інтересів суспільства. Такий підхід не лише сприяє створенню стійких і успішних компаній, але і впливає на формування суспільства, що підтримує етичні та соціальні цінності. У контексті розвитку бізнесу важливо розуміти, що впровадження соціальної відповідальності необхідно реалізувати через різноманітні форми соціалізації, що базуються на цінностях і моральних принципах суспільства і, таким чином, сприяє підтримці соціальної стабільності, а також сприяє вирішенню актуальних проблем і впровадженню інноваційних рішень у бізнес-середовищі. Проведене дослідження показало, що на соціально-активні підприємства вплив мають не тільки глобалізаційні процеси або купівельні рішення споживачів, а також і непередбачувані обставини. Після початку повномасштабного вторгнення російської армії українські підприємства активно залучаються до сприяння місцевому населенню, тим самим сприяючи досягненню перемоги України і виявляючи свою соціальну відповідальність. Усвідомлення власної соціальної місії набуває великого значення для бізнесу, так як його вплив у суспільстві значно зріс протягом останніх десятиліть порівняно з іншими структурами.

Ключові слова: соціалізація бізнесу; соціальна відповідальність бізнесу; інтеграція, сталий розвиток; аграрний бізнес; соціальне підприємництво.

Актуальність

Розуміння зарубіжного досвіду соціалізації бізнесу дозволяє виявити й усунути перешкоди, з якими стикаються підприємства, а також використовувати успішні практики для покращення власної діяльності, що сприяє не лише забезпеченню стабільності та конкурентоспроможності підприємств, але й покращенню якості життя суспільства і збереженню навколишнього середовища.

Аналіз зарубіжного досвіду соціалізації бізнесу є важливим у сучасному контексті, так як за останні десятиліття вона стала ключовим підходом до ефективного управління підприємствами. Також сьогодні представники сфери бізнесу знаходяться під тиском не лише через необхідність генерації прибутку і створення цінності для акціонерів, але й через потребу у врахуванні соціальних і екологічних аспектів своєї діяльності.

Соціалізація бізнесу, як добровільна ініціатива його власників або працівників, наразі визначається його здатністю враховувати вплив діяльності на суспільство і вирішувати соціальні проблеми поряд із досягненням фінансового успіху. Успішна соціалізація бізнесу полягає у врахуванні інтересів усіх зацікавлених сторін, до яких відносяться споживачі, працівники, громади і довкілля. Такий підхід відображається в реалізації ініціатив і інноваційних проєктів, які сприяють економічному й соціальному розвитку суспільства.

Останні дослідження також обумовлюють актуальність дослідження соціалізації бізнесу, де особливої ваги у такому контексті набувають малий і середній бізнес. Варто зазначити, що кожні 100 дол. США, інвес-

тованих у малий бізнес, забезпечують повернення понад 63 дол. США в місцеву економіку, в порівнянні з 14 дол. США, що надходять від міжнародних компаній. Тому при аналізі зарубіжного досвіду варто врахувати саме регулювання і функціонування сфери малого й середнього бізнесу та забезпечення належного рівня його соціалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Розвиток соціалізації бізнесу привертає увагу як українських, так і зарубіжних науковців і практиків. Серед українських дослідників цього питання варто виокремити таких авторів як О. В'юнник [2], О. Краузе, Н. Юрик [9], С. Огінок, А. Когут [13] тощо. Висновки цих науковців вказують на важливість впровадження соціальної відповідальності в управління підприємством, урахування соціальних аспектів у діяльності суб'єктів ринку праці, а також впровадження соціального менеджменту в міжнародному бізнесі для забезпечення сталого розвитку. Окрім того, питання соціалізації бізнесу досліджували й зарубіжні автори, а саме: D. Chavda, M. Acharya, N. Patel [19], J. Moon [32], Y. Panchenko, A. Samoilenko [34], M. Rakov, A.U. Haque [37], H. M. Aslaksen, C. Hildebrandt, H.C.G. Johnsen [17] тощо. Ці автори наголосили на важливості врахування соціальних, екологічних і економічних аспектів у стратегічному управлінні підприємством, що сприяє стійкому економічному зростанню й підвищенню конкурентоспроможності.

Метою статті є дослідження зарубіжного досвіду соціалізації бізне-

су для визначення можливостей його імплементації в Україні в перспективі. Основні завдання дослідження: розгляд теоретичних аспектів соціалізації бізнесу і основних чинників впливу на соціалізацію бізнесу та вивчення сучасного стану соціалізації бізнесу в міжнародному контексті

Матеріали і методи дослідження

Вивчення фундаментальних аспектів економічної науки, що стосуються соціалізації аграрного бізнесу, базується на системному підході, який служить теоретичною і методологічною основою даного дослідження. У ході аналізу досліджуваної проблематики використовувалися різноманітні загальнонаукові й спеціальні методи дослідження. Для визначення актуальності й теоретичного базису досліджуваного питання було використано діалектичний метод. Статистичні методи були використані для зібрання, систематизації та аналітичної обробки статистичних даних. Статистичний, табличний і графічні методи використовувалися для аналізу й візуального представлення отриманих результатів. У якості інформаційної бази дослідження були використані наукові праці вітчизняних і зарубіжних науковців, коментарі та експертні оцінки фахівців і практиків із відкритих джерел, а також інформація з сайту Державної служби статистики України.

Результати дослідження та їх обговорення

Сучасний етап розвитку соціально-економічних систем характеризується високим рівнем нестабільності

й постійною динамікою. Такі зміни є непередбачуваними, а їхні результати мають нелінійний характер, що ускладнює подальший аналіз і прогнозування збитків. У зв'язку з цим, перед представниками бізнесу стоїть постійна необхідність запобігання можливим ризикам, які часто виникають через нестабільність економічного середовища. З іншого боку, спостерігається тенденція соціалізації у всіх сферах підприємницької діяльності, що проявляється в зростанні значення людського чинника і партнерської взаємодії у всіх аспектах функціонування бізнесу. Тому спрямованість на індивідуальні потреби споживачів, врахування соціальних вимог і прагнення до співпраці стають основними аспектами стратегій успішного ведення бізнесу в сучасних умовах. У сучасній науковій літературі поняття «соціалізація» розглядається в різних контекстах, залежно від специфіки дослідника і галузі знань. В економічному контексті соціалізація асоціюється з формуванням концепцій, орієнтованих, перш за все, на соціум і індивідуально – на людину. Згідно з результатами досліджень Л. Кириленка, соціалізацію необхідно розглядати як послідовний процес, який передбачає поетапне включення особистості в різні сегменти соціально-економічного життя. Цей процес полягає у встановленні особою власної позиції в загальному соціальному просторі, яка відповідає її потребам, можливостям, культурному рівню і стратегії економічної поведінки [5].

Із свого боку, О. Носик зазначає, що в умовах сучасності соціалізацію варто розглядати як процес, у якому соціальна складова стає центральною, а управління бізнесом і його розвиток безпосередньо залежать від

1. Основні форми соціалізації бізнесу

Форма соціалізації	Характеристика
Юридична	Юридична форма соціалізації включає дотримання законодавства, правил і норм, які регулюють діяльність бізнесу з урахуванням його відповідальності перед суспільством і державою
Моральна	Ця форма орієнтована на принципи моралі й етики у веденні бізнесу та включає дотримання принципів справедливості й чесності.
Екологічна	Екологічна форма полягає в зменшенні негативного впливу діяльності підприємства на навколишнє середовище і дотриманні принципів екологічної сталості
Політична	Вона передбачає участь у формуванні й підтримці політичних процесів і прийнятті рішень, спрямованих на підтримку загального добробуту та стабільності
Етична	Етична форма охоплює діяльність, що базується на відповідних етичних принципах і стандартах, спрямованих на досягнення морально-етичних цілей
Громадянська	Вона полягає в підтримці й розвитку громадських ініціатив і проєктів, спрямованих на покращення соціально-економічного становища спільноти
Професійна	Ця форма зумовлена дотриманням професійних стандартів і виконанням обов'язків у рамках власної професійної діяльності з високим рівнем відповідальності

Джерело: складено автором на основі [14].

урахування та взаємодії з соціальними аспектами. Тому соціальна складова стає провідною у визначенні й реалізації стратегій розвитку бізнесу, виступаючи як особливий чинник, який визначає успішність і стійкість компанії в сучасному економічному середовищі [12].

Окрім того, Н. Кравченко розглядає соціалізацію бізнесу як ефективний інструмент розвитку, спрямований на активне залучення працівників до самостійної творчої діяльності й розв'язання нових завдань. Соціалізація інноваційних можливостей підприємства виступає складною системою, де всі елементи взаємодіють між собою і сприяють розвитку кожної складової [8].

Тому, ми вважаємо, що поняття «соціалізація бізнесу» відображає важливі зміни в способі функціонування сучасних компаній, які все більше враховують соціальні аспекти своєї діяльності. Соціалізація біз-

несу означає не лише забезпечення прибутковості та росту компанії, а й врахування соціальних, екологічних і етичних аспектів у всіх сферах її діяльності. Таким чином, соціалізація бізнесу сприяє не лише створенню стійких і успішних компаній, але й формуванню суспільства, яке активно підтримує етичні й соціальні цінності, розвивається на основі взаємоповаги та співпраці між бізнесом, громадою і владою. У такому контексті для забезпечення сталого розвитку бізнесу необхідно розуміти рівень соціальної відповідальності, впроваджувати різноманітні форми соціалізації (табл. 1).

Схильність до соціалізації бізнесу проявляється через різноманітні аспекти економічного життя. Зокрема, за допомогою розвитку соціального підприємництва і підвищення ролі соціальної відповідальності бізнесу вона перетворюється на основоположний чинник довгострокового ка-

піталістичного розвитку, охоплюючи етичну поведінку відносно власного персоналу й відповідальне ставлення до зовнішнього середовища. Така тенденція охоплює низку аспектів, включаючи свідому сплату податків, захист навколишнього середовища, налагодження відносин із державою, благодійність і інші аспекти, що сприяють розвитку громади та соціальному добробуту.

Поза всіма відомими формами соціальної відповідальності бізнесу, важливо відзначити, що в процесі соціалізації необхідно враховувати соціальну відповідальність бізнесу, зокрема перед суспільством. Програма соціальної відповідальності підприємства включає широкий спектр заходів, які базуються на комплексній системі управління якістю. Ці заходи виконуються підприємством добровільно, а їхня мета полягає в забезпеченні сталого розвитку і позитивного впливу на суспільство. Окрім того, програма соціальної відповідальності підприємства передбачає наявність відповідних механізмів контролю з боку громадськості щодо діяльності підприємства, а також впровадження широкого спектра стандартів соці-

ально-етичної поведінки [9].

Варто зазначити, що наразі соціальна відповідальність бізнесу стає важливим стратегічним аспектом їхньої діяльності. Ставлення організації до суспільства і навколишнього середовища визначається не лише комерційними перевагами, але й моральними й етичними засадами. Соціально відповідальна організація, як суспільний суб'єкт, взаємодіє з довіллям на основі принципів моралі, а її відносини з суспільством є двостороннім процесом, який має як внутрішні, так і зовнішні аспекти. У цьому контексті кожна організація, як складова суспільства, може ефективно функціонувати лише тоді, коли вона має моральні передумови, відповідні суспільній моралі (табл. 2).

Таким чином, мотивація бізнесу у впровадженні процесів соціалізації ґрунтується на цінностях і моральних принципах суспільства. Відповідальність перед громадськістю, прагнення відповідати її вимогам і забезпечувати соціальну прийнятність у своїй діяльності стають визначальними чинниками для бізнесу у вирішенні соціальних завдань. Тому роль цінностей і моральних стандартів у

2. Мотивація бізнесу у впровадження процесів соціалізації

Критерії	Мотивація	Мета соціалізації
Економічна відповідальність	Прагнення до стабільного фінансового стану, визнання діловими партнерами та споживачами	- Динамічно позитивний фінансовий стан; - Визнання діловими, соціальними партнерами та споживачами; - Довіра суспільства
Юридична відповідальність	Прагнення до стабільності, упевненості, законності й безпеки	Забезпечення стабільності, упевненості, безпеки та розвитку
Морально-етична відповідальність	Прагнення до схвалення суспільством, розвитку морально-етичних відносин і особистого задоволення	Розширення норм етичної поведінки і морально-етичних відносин
Індивідуальна відповідальність	Особисті цінності, бажання сприяти досягненню соціальної мети	Внесок у соціальний розвиток і покращення життя спільноти

Джерело: складено автором на основі [7].

3. Основні ознаки соціалізації бізнесу

Ознака	Характеристика
Суспільна користь і підприємницька поведінка	Діяльність бізнесу спрямована на досягнення цілей, які корисні для суспільства ф покращення становища соціально незахищених верств населення
Гібридні підприємства	Представники сфери бізнесу, що одночасно досягають як фінансових, так і суспільно значущих цілей, поєднуючи суспільні й приватні економічні інтереси
Самоокупність і прибутковність	Здатність бізнесу генерувати прибуток і використовувати його для досягнення власних цілей і розвитку
Функції агентів соціальних змін	Виконання функцій, які сприяють прискоренню змін у суспільному порядку і вирішенню певних соціальних проблем
Генерація інновацій	Розробка новаторських ідей і застосування методів для вирішення соціальних проблем і покращення якості життя
Розв'язання ринкових проблем	Вирішення проблем, які виникають через провали ринку та є викликом для держави, але можуть бути ефективно вирішені бізнесом

Джерело: складено автором на основі [6].

сучасному бізнес-середовищі зростає, як і їхній вплив на формування стратегій і практик підприємств.

Реалізація соціалізації сучасного бізнесу часто обмежується стандартним підходом, тому громадська активність і приватна підприємницька ініціатива залишаються недооціненими у сфері соціальних інтервенцій. Таке обмеження призводить до недостатньої ефективності законодавчо встановлених заходів і засобів розв'язання соціальних проблем, що породжує соціальні напруження в суспільстві. Тому нагальною стає потреба в розвитку громадської ініціативи, спрямованої на підтримку різних аспектів соціальної сфери, включаючи ринок праці та вразливі групи населення (табл. 3).

У ході дослідження виявлено, що інші характеристики соціальних підприємств, які визначені Social Enterprise в Лондоні, включають орієнтацію на підприємництво, де вони активно беруть участь у виробництві товарів або наданні послуг на ринку з метою стати життєздатною торговельною організацією з опе-

раційним профіцитом. Також вони мають чіткі соціальні цілі, такі як створення робочих місць, навчання або надання місцевих послуг, і несуть відповідальність перед своїми членами і широкою громадськістю за їх соціальний, екологічний і економічний вплив. Окрім того, вони мають громадську власність, що передбачає автономність організацій із структурами управління і власності, що базуються на участі зацікавлених сторін або піклувальників. Прибуток розподіляється як частина прибутку між зацікавленими сторонами або використовується в інтересах спільноти [15].

В Україні соціальна роль підприємництва закріплена на законодавчому рівні, зокрема, в Господарському кодексі України (ст. 42) [3]. Згідно з цим документом, підприємництво визначається як самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів і одержання прибутку [3].

На нашу думку, зазначена дефініція відображає важливість підприємництва як каталізатора не лише економічного, але й соціального прогресу. Підприємницька діяльність сприяє забезпеченню зростання зайнятості, розвитку соціальної інфраструктури, покращенню життєвого рівня населення і формуванню стабільного економічного середовища. Таким чином, підприємництво в Україні виступає не лише як інструмент економічного зростання, але й як важливий чинник соціального розвитку держави. Окрім того, таке розуміння сфери бізнесу надає можливість досягнення соціальних результатів у ході його здійснення, але сутність цих результатів залишається невизначеною. Розуміння соціальних результатів може бути розглянуто з різних перспектив, що призводить до різноманітності й широкого спектра їхнього тлумачення: від вирішення глобальних соціальних проблем або проблем окремих груп населення до надання безоплатної допомоги соціально вразливим верствам або задоволення потреб суспільства в цілому.

Необхідно зазначити, що підхід Європейського Союзу до соціалізації бізнесу сприяє створенню більш прозорих і відповідальних бізнес-стандартів, що сприяє підвищенню довіри споживачів, інвесторів і громадськості до підприємств. Законодавство Європейського Союзу, зокрема Директива про корпоративну соціальну відповідальність (Corporate Social Responsibility Directive (CSRD)) ставить перед компаніями ЄС вимоги щодо розкриття інформації про їхній екологічний і соціальний вплив. Навіть кваліфіковані дочірні компанії, що належать до компаній, які не є членами ЄС, зобов'язані звітувати

про свої дії у сфері екології, соціальної відповідальності й управління (ESG) та вказувати, як ці дії впливають на їхню діяльність [23].

Натомість у Сполучених Штатах Америки (США) існує низка законодавчих актів і положень, які стосуються соціалізації бізнесу та регулювання його соціальних аспектів, наприклад, ст. 43 Кодексу США про національну екологічну політику (National Environmental Policy Act) [46], закони про дискримінацію на робочому місці (Civil Rights Act) [39], про безпеку праці та охорону здоров'я працівників (Occupational Safety and Health Act – OSHA) [38] тощо. Однак, основним законодавчим актом у сфері соціалізації бізнесу в США є ст. 47 Кодексу США про захист споживачів і обслуговування клієнтів (Consumer Protection Act) [38], що закріплює вимоги щодо відповідальної поведінки підприємств перед суспільством, включаючи екологічну, соціальну й етичну діяльність.

Широке розуміння підприємництва розкриває його як складний соціальний процес, спрямований на зміну статус-кво в суспільстві через вирішення актуальних проблем і впровадження інноваційних рішень. Такі зміни досягаються шляхом впровадження інноваційних продуктів або послуг, чи створення нових ринків. Окрім того, соціальна роль підприємництва проявляється в задоволенні потреб суспільства та вдосконаленні його стану через реалізацію ініціатив і інноваційних проєктів [48]. Дослідження Ш. Террі підтверджують, що кожні 100 дол. США, витрачені в малих підприємствах роздрібною торгівлю, забезпечують повернення понад 63 дол. США в місцеву економіку, в порівнянні з 14 дол. США,

що надходять від транснаціональних корпорацій. Наприклад, лише в США підприємці створюють понад 1,1 млн робочих місць у своїх громадах [43]. Таким чином, соціалізація сфери бізнесу відображається в сприянні сталому розвитку, поліпшенні якості життя громадян, забезпеченні соціальної відповідальності та сприянні розвитку громадянського суспільства.

Наразі глобальні тенденції відображають висхідну увагу до відносин між суспільством і бізнесом. Інтеграція сталого розвитку в бізнес-процеси стає не лише вимогою часу, але й ключовим фактором забезпечення успішності компаній. Сучасні споживачі, працівники й інвестори очікують від підприємств активного застосування принципів сталого розвитку, так як це сприяє підвищенню їх соціальної й економічної відповідальності. Сталий розвиток передбачає адаптацію бізнесу до потреб сучасних поколінь, не порушуючи при цьому можливості споживачів задовольняти свої потреби в майбутньому. Спрямованість на соціальну відповідальність дозволяє підприємствам досягати цілей сталого розвитку, сприяючи екологічному збереженню і суспільній підтримці. Поширення інформованості та зростаючі очікування споживачів стосовно соціальної відповідальності бізнесу є необхідною реальністю в сучасному світі. Підприємства, що активно впроваджують соціально орієнтовані стратегії, мають перевагу в очах споживачів і інших зацікавлених сторін, що сприяє їхньому успіху та позиціонуванню на ринку.

Згідно з дослідженням Cone Communications, більшість респондентів (63%) висловлюють сподівання, що компанії переймуть ініціативу

у впровадженні соціальних і екологічних змін. Із них 78% висловлюють бажання, щоб підприємства активно займалися вирішенням важливих питань соціальної справедливості. Досить значна кількість респондентів (87%) заявляють, що готові придбати продукт, якщо компанія виступає за вирішення конкретної проблеми, яка їх хвилює. Зауважимо, що 76% з них готові утриматися від покупки продукції чи послуг компанії, якщо дізнаються, що вона підтримала питання, що суперечить їхнім переконанням [30]. Такі результати свідчать про зростання значення соціальної складової бізнесу для споживачів і їхню готовність підтримувати підприємства, які виступають за соціальну та екологічну справедливість.

Як вже було зазначено, сфера малого й середнього бізнесу відіграє важливу роль в підвищенні продуктивності, зокрема валового внутрішнього продукту, в розвитку інновацій та у вирішенні соціальних і екологічних проблем. Наприклад, малий бізнес у Канаді, на який припадає 97,9% всіх підприємств, які працюють в державі, підтримує близько 40% ВВП країни [43]. Тому вплив таких підприємств на навколишнє середовище має значний обсяг і проявляється з екологічного і соціального поглядів. Малі й середні підприємства відіграють стратегічну роль, яка вимагає від них узгоджувати свої дії з прийнятими великими корпораціями стратегічними рішеннями. Однак варто підкреслити, що ці підприємства стикаються з численними викликами і проблемами, включаючи неефективний фінансовий менеджмент.

Нагальні екологічні й соціальні питання, пов'язані з підприємницькою діяльністю, такі як зростання цін

на енергоресурси та сировину, утилізація відходів і шкідливих речовин у виробничих процесах, неефективне використання ресурсів, загострення екологічних проблем, забезпечення здоров'я й безпеки на робочому місці, створюють і серйозні виклики, і значні можливості для бізнесу. Визначені фактори змушують малі й середні підприємства реагувати і впроваджувати практики не лише економічної, але й екологічної та соціальної відповідальності у свою діяльність, що сприяє підвищенню їхньої конкурентоспроможності [24].

Нині вважається, що крім отримання прибутку, підприємства також повинні переслідувати економічні й соціальні цілі. Такі процеси, як глобалізація, комп'ютеризація й підвищення обізнаності громадськості про негативні аспекти ведення бізнесу є факторами неопосередкованого впливу на соціалізацію бізнесу. Вони вимагають змін в управлінні розвитком сучасних підприємств і мають значний вплив на соціалізацію підприємств у сучасному світі. Глобалізація відкриває для підприємств нові ринки й можливості, проте одночасно ставить перед ними складні завдання у сфері соціальної відповідальності та екологічної сталості. Зокрема, підприємства змушені адаптуватися до різноманітних вимог і стандартів, які регулюються міжнародними організаціями та урядами країн [25].

Водночас комп'ютеризація відкриває нові можливості для ефективного управління й моніторингу соціальних і екологічних ініціатив підприємств. Впровадження інформаційних технологій дозволяє підприємствам вести облік впливу на навколишнє середовище, контролювати витрати енергії та ресурсів, а

також забезпечувати відповідність з усіма вимогами щодо сталого розвитку. Підвищення обізнаності громадськості про негативні аспекти ведення бізнесу ставить підприємства під тиск щодо більшої відкритості й прозорості у своїй діяльності. Критичні погляди громадськості на проблеми, такі як забруднення довкілля, порушення прав людини й етичні питання, змушують підприємства розглядати соціальну відповідальність як необхідну складову своєї стратегії.

Таким чином, соціалізація бізнесу є невід'ємною частиною сучасного підприємницького середовища і вимагає врахування різноманітних факторів, які визначають стратегії підприємств у вирішенні соціальних проблем, забезпеченні сталого розвитку та задоволенні потреб різних зацікавлених сторін.

У такому контексті важливо відзначити, що в Україні значний вплив на еволюцію соціальної відповідальності у бізнес-середовищі має війна, що розпочалася в лютому 2022 року. У зв'язку зі складною політичною ситуацією, діяльність українського бізнесу зазнала значних труднощів, внаслідок чого доходи зменшилися, а витрати зросли. Однак, основну роль у збільшенні витрат на соціальну відповідальність відіграла громадянська активність як власників, так і працівників підприємств. Підтримка з боку держави, а також активна підтримка Збройних Сил України (ЗСУ) і власного персоналу стала фундаментальним завданням для українських компаній у цей важкий період. Згідно з аналізом, проведеним компанією Factum Group Ukraine, яке стосувалося соціальної відповідальності бізнесу в умовах війни, було виявлено, що 67% опитаних висловили згадки про



Рис. 1. Роль бізнесу в сприянні глобальному розвитку в стабільності через соціальну відповідальність

Джерело: складено автором на основі [47].

допомогу від українських компаній або бізнесу, що функціонує в Україні. На сьогодні для споживачів істотними є підтримка ЗСУ (39%) і створення сприятливих умов для своїх співробітників (18%) [4].

У контексті війни в Україні міжнародна спільнота зосереджує увагу на тому, як підприємства можуть сприяти глобальному процвітання й стабільності шляхом врахування соціальних, екологічних і етичних аспектів у своїй діяльності (рис. 1). Очікується, що представники сфери бізнесу надалі будуть активно впроваджувати соціально відповідальні практики, сприяючи збалансованому розвитку суспільства, зменшенню нерівності й підвищенню рівня життя людей у всьому світі. Від бізнесу очікують партнерства з урядами, громадськими організаціями та іншими зацікавленими сторонами для спільного вирішення глобальних проблем, таких як російська агресія, зміна клімату, боротьба з бідністю і сприяння міжнаціональній співпраці.

Сучасний світ бізнесу переживає період значних трансформацій, де поняття соціальної відповідальності й соціалізації бізнесу стають важливими складовими успішної діяльності

корпорацій у міжнародному контексті. Спостереження за розвитком бізнесу в різних країнах світу вказує на те, що споживачі, інвестори і суспільство загалом усе більше вимагають від підприємств не лише фінансової вигоди, але й внесення позитивного впливу на соціальні та екологічні аспекти. У такому контексті було розглянуто важливі аспекти, що визначають стан і перспективи соціалізації бізнесу в окремих країнах.

1. Країни Європейського Союзу. У сучасних умовах неперервних трансформацій і розвитку економічного ландшафту Європейського Союзу відбувається зростання значущості сектору малого й середнього бізнесу, який відрізняється від транснаціональних корпорацій і державного сектору з погляду соціалізації бізнесу. Цей феномен обумовлений різноманітними чинниками, включаючи потребу в регіональному розвитку, створенні нових робочих місць і стимулюванні економічного зростання. Відзначається, що соціально активний бізнес здатний динамічно реагувати на зміни в суспільстві та ринкових умовах, забезпечуючи гнучкість в інноваційність. Попри відсутність єдиних критеріїв визначення його меж і економічного

впливу, малі та середні підприємства забезпечують значну частку зайнятості, що свідчить про їхню важливу роль у соціалізації економіки. Наприклад, у країнах, таких як Ірландія, Нідерланди й Бельгія, вони становлять понад 10% від загальної зайнятості, що підкреслює необхідність сприяти розвитку і підтримці малого та середнього бізнесу для досягнення цілей соціальної відповідальності й сталого розвитку в регіоні [20].

У Бельгії поняття «соціальне підприємство» постійно еволюціонує і не має чіткого визначення, проте воно стає все більш популярним серед компаній третього сектору, що використовують його, щоб підкреслити якість власних бізнес-рішень. Запровадження спеціальної правової бази для «компаній соціальної спрямованості» в 1996 році пов'язане з цією тенденцією. За сутністю така структура не є новою правовою формою і всі види бізнес-корпорацій можуть отримати статус «компанії соціальної спрямованості», якщо вони працюють не на збагачення своїх учасників, а їхні статuti відповідають певним умовам. Однак, за десять років лише близько 400 підприємств набули цей статус, що може пояснюватися значною кількістю додаткових вимог правової форми бізнесу [27].

Більшість ініціатив, які певною мірою відповідають критеріям соціального підприємства EMES, приймають юридичну форму ASBL (неприбуткова асоціація). ASBL є дуже гнучкою формою, яка дозволяє розвивати комерційну діяльність, за умови, що вона служить соціальній місії організації. Окрім того, отримання підтримки деяких державних програм вимагає наявності юридичного статусу ASBL. Але деякі держав-

ні програми, наприклад, програма «Підприємства трудової інтеграції» в регіоні Валлонія, вимагають, щоб організація мала статус компанії соціального призначення [22].

У сучасному бізнес-середовищі, де проблема безробіття низькокваліфікованих працівників лишається актуальною, соціальні підприємства стають важливими учасниками, спрямованими на трудову інтеграцію, що відображає стратегічний підхід до соціальної відповідальності бізнесу, де організації прагнуть не лише до прибутковості, але й до активної участі в розв'язанні соціальних проблем. Сфера трудової інтеграції об'єднує соціальні підприємства, що активно допомагають людям, виключеним з ринку праці, і сприяють їх поверненню через продуктивну діяльність [33].

Перші соціальні підприємства, спрямовані на інтеграцію праці, виникли завдяки ініціативам громадянського суспільства, так як традиційна соціальна політика була поставлена під сумнів як недостатньо ефективна. Регіональні уряди згодом розробили конкретні схеми і фінансову підтримку для цих ініціатив, що призвело до збільшення кількості проєктів. Окрім того, самоакредитація й корпоративні мережі почали розвиватися разом із правовою інституціоналізацією, надаючи додаткову підтримку розвитку соціально орієнтованих бізнесів [29].

У контексті соціалізації бізнесу в Данії лежить те, що соціальні підприємства наразі переходять від традиційного розуміння підприємництва до більш комплексного уявлення про роль бізнесу в суспільстві, що враховує не лише економічний, а й соціальний вимір його діяльності. Соціально-економічний ландшафт Данії передбачає розподіл представників соціально-ак-

тивного бізнесу на чотири основні групи, що відображає різноманітність їхніх сфер діяльності й стратегій впливу на соціальне середовище.

Перша група організацій зосереджується на наданні добровільної соціальної підтримки, охоплюючи кризові центри, притулки для жінок, групи самопомогои в кризових ситуаціях, а також комісійні магазини. Цей тип організацій є важливими підпорядниками соціального підприємництва, забезпечуючи підтримку і послуги вразливим групам населення. Друга група включає кооперативи й компанії з демократією членства, де активна участь членів у прийнятті рішень і плануванні діяльності підприємства є важливою. Такий бізнес працює в різних галузях, включаючи роздрібну торгівлю, фінансування, страхування та сільське господарство, і відображає принципи колективного управління та співпраці. Третя група організацій спрямована на надання освіти й навчання на робочому місці для безробітних і вразливих груп населення. Тому соціальні підприємства з інтеграції праці підтримують розвиток і професійну адаптацію осіб із обмеженими можливостями на ринку праці. Цей розподіл відображає широкий спектр стратегій і підходів, застосовуваних у соціальному підприємстві Данії, що сприяє зміцненню соціально-економічної стабільності та згуртованості суспільства [21].

Варто зазначити, що в Данії не існує спеціального законодавства, призначеного виключно для регулювання соціалізації бізнесу. Серед різноманітних юридичних форм, які використовуються соціальним бізнесом, переважною є підприємство, що володіє власністю («selvejende

institution»). Така самостійна установа застосовується до широкого спектра культурних, екологічних, освітніх і соціальних організацій, які надають різноманітні соціальні послуги, зокрема у сфері соціального забезпечення працівників. Наразі в Данії діє близько 9 тис. соціально-активних підприємств. Зв'язки між бізнесом і національними, регіональними та місцевими органами влади можуть варіюватися від тісних інтеграцій із місцевою системою соціального забезпечення до бізнесу, що здійснює таку діяльність без співпраці з державою [36].

У Німеччині соціалізація бізнесу є досить недооціненою сферою, так як її значущість практично не відображена в політичному порядку денному, публічних дебатах, масовому інформаційному просторі, а також навіть у наукових дослідженнях, де їх розгляд обмежується окремими експертами і майже не підтримується офіційними установами. Натомість в державі існує активна культура соціального підприємництва, що базується на старовинних традиціях і змушує суспільство й представників бізнесу сприяти вирішенню гострих соціальних проблем і забезпечувати сталий розвиток. Такі підприємства допомагають вирішувати соціальні проблеми через ефективні бізнес-моделі, сприяючи змінам у суспільстві.

Неоднозначність соціалізації бізнесу зумовлена декількома важливими чинниками, що перешкоджають широкому поширенню й активній дискусії щодо концепцій соціалізації бізнесу в Німеччині. По-перше, чинні системи та угоди, такі як соціальне партнерство та концепція соціального ринкового господарства, розглядаються деякими як достатні для вирішення соціальних проблем.

По-друге, відбувається зіткнення поглядів між прихильниками більш соціально відповідального бізнесу і прицільно орієнтованими підходами, що відстоюють ідею мінімального втручання держави в економіку [28].

В Італії соціальні кооперативи відіграють важливу роль у процесі соціалізації бізнесу. Після введення відповідного законодавства (Закон 381/1991), який надав правовий статус соціальному бізнесу, ці організації почали демонструвати виняткові темпи зростання, з середньорічними показниками від 10 до 20%. Важливо відзначити, що успіх соціальних кооперативів не перешкоджав іншим типам організацій у третьому секторі розвивати соціально-підприємницьку діяльність. Навіть при ухваленні закону про соціальне підприємництво (Закон 118/2005), який спрямований на сприяння розвитку соціального бізнесу, цей розвиток залишався незалежним і динамічним [35]. У цих нормативно-правових актах відображений принцип різноманітності організаційних форм, не обмежуючи можливість розвитку соціальних ініціатив сфери бізнесу.

2. Сполучені Штати Америки (США). Досвід Сполучених Штатів Америки (США) наочно демонструє,

що соціалізація бізнесу відіграє важливу роль у забезпечення суспільного добробуту. Соціальна спрямованість підприємств виявляється в різних формах, які відповідають потребам і бажанням працівників, зацікавлених сторін і суспільства в цілому. Визначені стейкхолдери створюють складну мережу фізичних і юридичних суб'єктів, які мають потенціал впливати на результати діяльності бізнесу через власні дії або бездіяльність. Зростання вимог зацікавлених сторін до соціального впливу бізнесу на суспільство в США стає неабиякою причиною активізації. Ця ситуація впливає з посилення ролі громадянського суспільства в соціально-економічних процесах і необхідності забезпечення сталого розвитку корпоративних структур.

Наразі соціалізація бізнесу в США є однією з найбільш важливих складових суспільства, так як більшість представників сфери бізнесу і населення вважають роль підприємництва та промисловості важливою складовою забезпечення добробуту суспільства. Така ситуація підтверджується статистичними даними Групи геополітичної стратегії й ризиків «Weber Shandwick» у партнерстві з «KRC Research» (рис. 2).

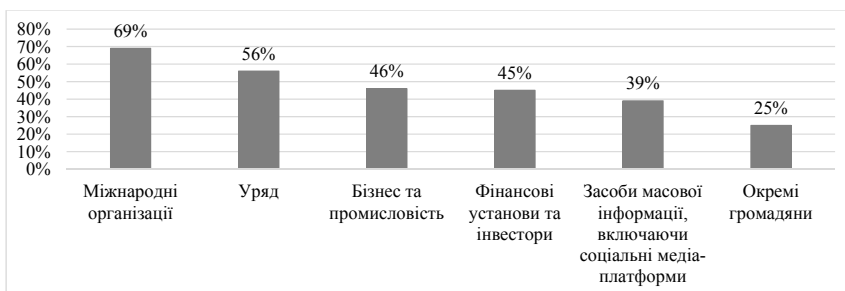


Рис. 2. Рейтинг учасників процесу розвитку суспільства у США

Джерело: складено автором на основі [47].

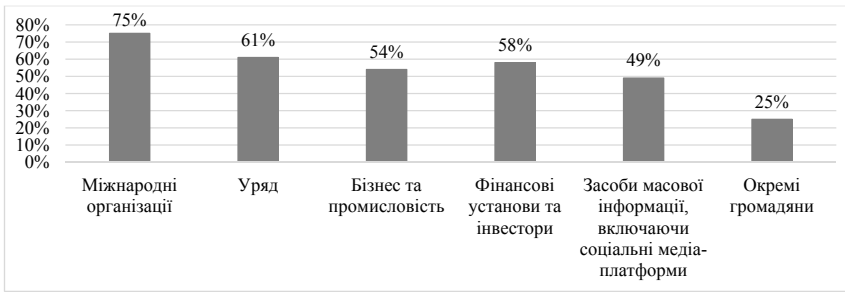


Рис. 3. Рейтинг учасників процесу розвитку суспільства у Великій Британії

Джерело: складено автором на основі [47].

Окрім того, зростання вимог зацікавлених сторін до соціального впливу бізнесу на суспільство в США стає неабиякою причиною активізації. Ця ситуація впливає з посилення ролі громадянського суспільства в соціально-економічних процесах і необхідності забезпечення сталого розвитку корпоративних структур.

У такому контексті, Глобальна Ініціатива Звітування (GRI) [44] визначає важливі індикатори, такі як істотна інформація, що відображає значні економічні, екологічні й соціальні наслідки діяльності підприємства, що можуть суттєво вплинути на його соціальну позицію серед зацікавлених сторін. Кожне соціально-активне підприємство несе свою унікальну цінність і має головну місію, спрямовану на досягнення соціальних або екологічних цілей, поза забезпеченням прибутковості бізнесу. Окрім того, збільшення кількості соціально-орієнтованих підприємств сприяє загальному підвищенню рівня добробуту суспільства.

3. Велика Британія. У Великій Британії спостерігається саморегулювання процесу соціалізації бізнесу, що передбачає, що окремі підприємства мають ініціювати власні стратегії корпоративної соціальної відповідально-

сті (КСВ), навіть при відсутності юридичних обов'язків у цьому питанні. Підвищення громадської обізнаності щодо соціальних, етичних і екологічних питань стимулює споживачів вимагати від компаній більшої відповідальності. Таким чином, рівень соціалізації бізнесу впливає на його популярність і успіх. До того ж, його взаємодія зі спільнотою проявляється в різних формах, таких як спеціальні програми соціалізації, волонтерство серед працівників, ініціативи щодо екологічної стійкості, благодійні пожертвування, волонтерство на основі навичок, а також спонсорство місцевих заходів або партнерство з громадськістю. Необхідно зазначити, що в 2023 році згідно з результатами Звіту про сталий розвиток Велика Британія посіла 11-те місце серед 193 країн-членів Організації Об'єднаних Націй (ООН) [40]. Цей факт відображає досить високий рівень зацікавленості та здійснення заходів щодо розвитку соціальних, етичних і екологічних секторів у масштабах всієї країни. Тому варто зауважити, що населення Великої Британії відзначає вагомий внесок сфери бізнесу в забезпеченні добробуту суспільства (рис. 3).

Чинники розвитку соціалізації бізнесу у Великій Британії відобра-

жаються в різноманітних аспектах культури праці й взаємодії між компаніями та їх працівниками. По-перше, британська ділова культура відрізняється великою увагою до етикету, ввічливості та пунктуальності. Компанії прагнуть до вирішення проблем і конфліктів у шанобливій і компромісній манері, що створює сприятливу атмосферу для співпраці. Однак, ця культура не заважає підвищенню уваги до питань гнучкості й балансу між роботою та особистим життям працівників. Зокрема, після пандемії більшість людей виявляє зацікавленість у гнучких умовах праці, що дозволяють враховувати їхні індивідуальні потреби і розвиток психічного здоров'я. У такому контексті за результатами дослідження Д. Кейва було визначено, що 80% роботодавців у Великій Британії вважають пропозицію гнучких умов роботи основною для повернення й утримання талановитого персоналу. Окрім того, нове законодавство, яке набрало чинності у 2023 році, надає можливість працівникам вимагати гнучкості в організації роботи з перших днів працевлаштування, що раніше було доступним лише через 26 днів [18].

Гендерна рівність також важлива для британського бізнесу, і наявність жінок на високих посадах і рівний доступ до можливостей стають усе більш поширеними явищами. Наразі Велика Британія посідає третє місце у світі за рівністю статей в Індексі кращого життя (ОЕСР) [49]. Однак, необхідно зазначити, що у Великій Британії спостерігається відмінність у рівні зайнятості жінок порівняно з чоловіками. Хоча частка зайнятих жінок становить 72,3%, що трохи менше, ніж у чоловіків (79%), значна частина жінок (38%) працює неповний

робочий день, у порівнянні з лише 14% чоловіків. Але, попри ці розбіжності, рівень зайнятості жінок у Великій Британії перевищує середній показник по ЄС і складає 71,4% [26].

Однак, існують виклики, такі як збереження рівноваги між роботою і особистим життям, яке може бути складним для багатьох працівників. Наразі Велика Британія займає 30-е місце за балансом між роботою і особистим життям за даними ОЕСР. Згідно з наданими даними 11% працівників працюють у середньому понад 50 годин на тиждень, що трохи вище за середній показник [48]. Тому підвищення обізнаності про психічне здоров'я і боротьба з вигоранням стають актуальними завданнями для компаній і суспільства в цілому. До того ж, система соціального забезпечення, яка включає доступ до безплатного державного медичного обслуговування через Національну службу охорони здоров'я (NHS) та пенсійної системи для всіх, хто працює в країні й сплачує внески Національного страхування (NI), робить британський ринок праці більш привабливим для працівників. Для багатьох компаній це також важливий чинник конкурентоспроможності в привабленні та утриманні талантів [31]. Отже, соціалізація бізнесу у Великій Британії включає різноманітні аспекти культури праці, взаємодії між працівниками і компаніями, а також систему соціального забезпечення, що сприяє підвищенню якості життя працівників.

Висновки і перспективи подальших досліджень

Результати дослідження свідчать, що теоретичні аспекти соціалізації

бізнесу визначають сучасний підхід до управління діяльністю бізнесу. Він свідчить про поступову відмову від традиційних бізнес-моделей на користь урахування соціальних, екологічних і етичних чинників. Варто зазначити, що соціалізація бізнесу не обмежується лише досягненням прибутковості, але й орієнтується на вирішення соціальних завдань і врахування інтересів суспільства. Такий підхід не лише сприяє створенню стійких і успішних компаній, але і впливає на формування суспільства, що підтримує етичні та соціальні цінності. У контексті розвитку бізнесу важливо розуміти, що впровадження соціальної відповідальності необхідно реалізувати через різноманітні форми соціалізації, що базуються на цінностях і моральних принципах суспільства і, таким чином, сприяє підтримці соціальної стабільності, вирішенню актуальних проблем і впровадженню інноваційних рішень у бізнес-середовищі. Проведене дослідження показало, що на соціально-активні підприємства вплив мають не тільки глобалізаційні процеси чи купівельні рішення споживачів, а також і непередбачувані обставини.

Загалом, отримані результати дослідження розглядаємо як базис для формування теоретико-прикладної платформи імплементації основних підходів до соціалізації бізнесу в Україні в перспективі. Варто відмітити, що передумови для цього вже є. Так, після початку повномасштабного вторгнення російської армії українські підприємства активно залучаються до сприяння місцевому населенню, тим самим сприяючи досягненню перемоги України та виявляючи свою соціальну відповідальність. Усвідомлення власної со-

ціальної місії набуває великого значення для бізнесу, так як його вплив у суспільстві значно зріс упродовж останніх десятиліть порівняно з іншими структурами.

Список використаних джерел

1. Будько О.В., Галатов Б.М. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент бізнес-стратегії розвитку підприємств. *Економіка та управління підприємствами*. 2023. № 1(6). С. 49-57. DOI: 10.31319/2709-2879.2023iss1(6).282985 pp49-57
2. В'юнник О.О. Особливості контролю соціальної відповідальності в управлінні підприємством. Менеджмент як фактор соціально-економічного розвитку. Матеріали І студентської науково-практичної конференції. ТНУ ім. В. І. Вернадського. 2023. С. 31-32.
3. Господарський Кодекс України: Законодавство України від 08.03.2024 № 436-IV. Верховна Рада України. 2003. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
4. Дерманська Л.В. Вплив війни на соціальну відповідальність в Україні. Наука, інновації, бізнес: проблеми, перспективи і сьогочасні тренди розвитку: Матеріали І Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті проф. ТНТУ ім. І. Пулюя, академіка НАН України М.Г. Чумаченка. ФОП Паляниця В.А. 2023. С. 41.
5. Кириленко Л. Необхідність, сутність та напрями соціальної орієнтації економічного розвитку. *Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. Економіка*. 2014. № 12(165). С. 18-22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2014_12_6
6. Коваль О. Міжнародний досвід соціального підприємництва і перспективи його застосування в Україні. Національний інститут стратегічних досліджень. 2024. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/>

- sotsialna-polityka/zarubizhnyy-dosvid-sotsialnoho-pidpryyemnytstva-i-perspektyvy-yoho
7. Колот А.М., Грішнова О.А., Герасименко О.О. Соціальна відповідальність. ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана». 2015. С. 519. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/11583>
 8. Кравченко Н.В. Соціалізація як фактор розвитку інноваційно потенціалу підприємства в умовах глобалізації. *Ефективна економіка*. 2016. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_5_23
 9. Краузе О.І., Юрик Н.Є. Соціальна відповідальність суб'єктів ринку праці. *Публічне адміністрування та національна безпека*. 2023. № 4. DOI: 10.25313/2617-572X-2023-4
 10. Нагорний В.В. Теоретичні аспекти соціалізації бізнесу. Матеріали доповідей. Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми економіки та суспільства в сучасному світі», 26 квітня 2024 р., м. Черкаси. С. 28-32.
 11. Нагорний В.В. Чинники впливу на соціалізацію бізнесу. Продовольча безпека України в умовах війни і післявоєнного відновлення: глобальні та національні виміри. Міжнародний форум: доповіді учасників міжнародної науково-практичної конференції (м. Миколаїв, 30-31 травня 2024 р.). Миколаїв: МНАУ, 2024. С. 107-111. DOI: 10.31521/978-617-7149-78-0-34.
 12. Носик О.М. Теоретичні підходи до визначення змісту соціально-інноваційної моделі економічного розвитку. *Бізнесінформ*. 2014. № 4. С. 59-63. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_4_10
 13. Огінок С., Когут А. Вплив соціального менеджменту на міжнародний бізнес. *Економіка та суспільство*. 2023. № 55. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-55-18
 14. Петькун С., Гудзь О. Соціальна відповідальність бізнесу в цифровій державі: Нові ціннісні орієнтири в поствоєнних умовах. *Наукові перспективи*. 2023. № 7(37). С. 140-153. DOI: 10.52058/2708-7530-2023-7(37)-140-153
 15. Святенко С.В., Донських Ю. А. Нові підходи до фінансування соціальних підприємств. *Східна Європа: Економіка, бізнес та управління*. 2019. № 6(23). С. 393-402. DOI: 10.32782/easterneurope.23-59
 16. Чала Ю.В. Соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2014. № 40. С. 275-285. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pprbsu_2014_40_32
 17. Aslaksen H. M., Hildebrandt C., Johnsen H. C. G. The long-term transformation of the concept of CSR: Towards a more comprehensive emphasis on sustainability. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. 2021. № 6(1). DOI: 10.1186/s40991-021-00063-9
 18. Cave D. Four in five UK business leaders believe flexible working is critical to success, research finds. *People and Management*. 2022. URL: <https://www.peoplemanagement.co.uk/article/1808194/four-five-uk-business-leaders-believe-flexible-working-critical-success-research-finds>
 19. Chavda D., Acharya M., Patel H. A study on CSR activities in banking sector as a factor of economic growth. *International Journal of Management, Public Policy and Research*. 2022. № 1(2). P. 88-93. DOI: 10.55829/ijmpr.v1i2.75
 20. Defourny J., Nyssens M. Social enterprise in Europe: recent trends and developments. *Social Enterprise Journal*. 2008. № 4(3). P. 202-228. DOI: 10.1108/17508610810922703
 21. Defourny J., Nyssens M. Social enterprise in europe: recent trends and developments. *EMES Working Papers*. 2008. № 8(1). URL: https://base.socioeco.org/docs/wp_08_01_se_web.pdf
 22. Defourny J., Pestoff V. Images and concepts of the third sector in Europe. *EMES*

- Working Papers. 2008. № 8(2). URL: https://emes.net/content/uploads/publications/WP_08_02_TS_FINAL_WEB.pdf
23. Directive (EU) 2022/2464 of the European Parliament and of the Council of 14 December 2022 amending Regulation (EU) No 537/2014, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Directive 2013/34/EU, as regards corporate sustainability reporting (Text with EEA relevance). Eur-lex. 2023. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2022/2464/oj>
 24. Dvorský J., Švihlíková I., Kozubíková L., Frajtova Michalíková K., Balcerzak A. P. Effect of CSR implementation and crisis events in business on the financial management of SMEs. *Technological and Economic Development of Economy*. 2023. № 29(5). P. 1496-1519.
 25. Fajczak-Kowalska A., Tokarski D. Sustainable social development manufacturing enterprises in selected countries Central and Eastern Europe. *Scientific Papers of Silesian University of Technology*. 2023. № 172. P. 185-199. DOI: 10.29119/1641-3466.2023.172.12
 26. Francis-Devine B., Hutton G. Women and the UK economy: Research Briefing. House of Commons Library. 2024. URL: <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/SN06838/SN06838.pdf>
 27. Fransen L., Burgoon B. Privatizing or socializing corporate responsibility: Business participation in voluntary programs. *Business & Society*. 2014. № 53(4). P. 583-619. DOI: 10.1177/0007650313475784
 28. Freye S. Professional socialization and institutional change: German corporate leaders in transition. *Competition & Change*. 2015. № 19(5). P. 406-426.
 29. Grégoire O. National Profiles of Work Integration Social Enterprises: Belgium. EMES European Research Network. 2003. № 3(8). URL: https://emes.net/content/uploads/publications/WP_03-08_ELEXIES_B.pdf
 30. Marcinkowska E., Sawicka J. Corporate Social Responsibility as a Factor Influencing Purchasing Decisions of Consumers in Central and Eastern Europe. *European Research Studies*. 2023. № 26(4). P. 281-299.
 31. Milne Sh. Business culture in the UK: Employment Basics. Expatica. 2024. URL: <https://www.expatica.com/uk/working/employment-basics/uk-business-culture-103182/#work-life-balance>
 32. Moon J. The socialization of markets. *Corporate Social Responsibility: A Very Short Introduction*. Oxford Academic. 2014. № 4. DOI: 10.1093/ac-trade/9780199671816.003.0005
 33. Nyssens M. Social Enterprise – At the crossroads of market, public policies and civil society. Routledge, 2006. 335 p.
 34. Panchenko Y., Samoilenko A. Global Trends in the Sharing Economy's Development within the Framework of Socialization. *International Economic Policy*. 2023. № 38. P. 39-53. DOI: 10.33111/iep.eng.2023.38.02
 35. Poledrini S., Tortia E. Social Enterprises: Evolution of the Organizational Model and Application to the Italian Case. *Entrepreneurship Research Journal*. 2020. № 10(4). DOI: 10.1515/erj-2019-0315
 36. Rago S. Social Enterprises as Democracy and Development Promoters: Comparing Danish and Italian Samples. Center for Socialt Entreprenørskab. Roskilde Universitet. 2009. № 9(9).
 37. Rakov M., Haque A. U. Emerging Economies in Eastern Europe: Corporate Social Responsibility. In *Corporate Management Ecosystem in Emerging Economies: Global Perspectives* Springer International Publishing. 2023. P. 287-300.
 38. Rights and protections under Occupational Safety and Health Act of 1970; procedures for remedy of violations on April 5, 2024. Office of the Law Revision Council «United States Code», 1970. URL: <https://uscode.house.gov/view.xhtml?req=Occupational+Safety+and+Health+Act&f=tree->

- sort&fq=true&num=4&hl=true&edition=prelim&granuleId=USC-prelim-title2-section1341
39. Rights and protections under title VII of Civil Rights Act of 1964, Age Discrimination in Employment Act of 1967, Rehabilitation Act of 1973, and title I of Americans with Disabilities Act of 1990 on April 5, 2024. Office of the Law Revision Council «United States Code», 1964. URL: <https://uscode.house.gov/view.html?req=Civil+Rights+Act+1964&f=tree-sort&fq=true&num=2&hl=true&edition=prelim&granuleId=USC-prelim-title2-section1311>
40. Sachs J.D., Lafortune G., Fuller G., Drumm E. Implementing the SDG Stimulus. Sustainable Development Report 2023. SDSN. 2023. DOI: 10.25546/102924
41. SA 8000:2014 Standard. Social Accountability International, 2014. URL: <https://sa-intl.org/resources/sa8000-standard/>
42. Social responsibility – Discovering ISO 26000. International Organization for Standardization. 2010. URL: <https://www.iso.org/publication/PUB100258.html>
43. Tarry S. The Profound Effects of Losing Independent Retailers and Businesses in Canada During the Pandemic. Retail Insider Media. 2021. URL: <https://retail-insider.com/retail-insider/2021/03/the-profound-effects-of-losing-independent-retailers-and-businesses-in-canada-during-the-pandemic/>
44. The global leader for impact reporting. Global Reporting Initiative. 2024. URL: <https://www.globalreporting.org/>
45. United Nations: The 17 goals. Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development. 2024. URL: <https://sdgs.un.org/goals>
46. U.S. Code. Legal information system. Cornell Law School. 2024. URL: <https://www.law.cornell.edu/uscode/text>
47. Weber Shandwick. War in Ukraine: Results of six country survey. Weber Shandwick's Geopolitical Strategy & Risk Group. 2022. № 37. <https://webershandwick.com/news/a-six-country-survey-public-and-employee-expectations-of-business-amid-war-in-ukraine>
48. Winter D. What Is Entrepreneurship? Get Started as an Entrepreneur. 2024. URL: <https://www.shopify.com/blog/what-is-entrepreneurship>
49. Work-Life Balance: United Kingdom. Better Life Index. 2023. URL: <https://www.oecdbetterlifeindex.org/topics/work-life-balance/>
-

References

1. Budko, O.V, Halatov, B.M. (2023). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak instrument biznes-strategii rozvytku pidpryemstv [Corporate social responsibility as a tool of business strategy for enterprise development]. *Ekonomika ta upravlinnia pidpryemstvamy*, 1(6), 49-57.
2. Viunnyk, O.O. (2023). Osoblyvosti kontroliu sotsialnoi vidpovidalnosti v upravlinni pidpryemstvom [Peculiarities of social responsibility control in enterprise management]. Menedzhment yak faktor sotsialno-ekonomichnoho rozvytku. Materialy I studentskoi naukovo-praktychnoi konferentsii. TNU im. V. I. Vernadskoho, 31-32.
3. Hospodarskyi Kodeks Ukrainy (2003). Zakonodavstvo Ukrainy vid 08.03.2024 № 436-IV. Verkhovna Rada Ukrainy. Kyiv. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
4. Dermanska, L.V. (2023). Vplyv viiny na sotsialnu vidpovidalnist v Ukraini [The impact of war on social responsibility in Ukraine]. *Nauka, innovatsii, biznes: problemy, perspektyvy i sohochasni trendy rozvytku: Materialy -I Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii pamiati prof. TNTU im. I. Puliuia, akademika NAN Ukrainy M.H. Chumachenka: FOP Palianytsia V.A., 41.*
5. Kyrylenko, L. (2014). Neobkhdnist, sutnist

- ta napriamy sotsialnoi oriientsatsii ekonomichnoho rozvytku [Necessity, essence and directions of social orientation of economic development]. *Visnyk KNU im. T. Shevchenka. Ekonomika*, 12(165), 18-22. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2014_12_6
6. Koval, O. (2024). Mizhnarodnyi dosvid sotsialnoho pidpriemnytstva i perspektyvy yoho zastosuvannya v Ukraini. Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen [International experience of social entrepreneurship and prospects for its application in Ukraine]. Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen. Retrieved from: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/sotsialna-polityka/zarubizhnyy-dosvid-sotsialnoho-pidpriemnytstva-i-perspektyvy-yoho>
 7. Kolot, A.M., Hrishnova O.A., Herasimenko O.O. (2015). Sotsialna vidpovidalnist [Social responsibility]. DVNZ «KNEU im. V. Hetmana», 519. Retrieved from: <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/11583>
 8. Kravchenko, N.V. (2016). Sotsializatsiia yak faktor rozvytku innovatsiinono potentsialu pidpriemstva v umovakh hlobalizatsii [Socialization as a factor in the development of the innovative potential of the enterprise in the conditions of globalization]. *Efektivna ekonomika*, 5. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_5_23
 9. Krause, O.I., Yurik, N.E. (2023). Sotsialna vidpovidalnist subiektiv rynku pratsi [Social responsibility of labor market subjects]. *Publichne administruvannya ta natsionalna bezpeka*, 4. DOI: 10.25313/2617-572X-2023-4
 10. Nahornii, V.V (2024). Teoretychni aspekty sotsializatsii biznesu [Theoretical aspects of business socialization]. *Materialy dopovidei Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia «Aktualni problemy ekonomiky ta suspilstva v suchasnomu sviti»*, 28-32. (in Ukrainian).
 11. Nahornii, V.V (2024). Chynnyky vplyvu na sotsializatsiiu biznesu [Factors influencing business socialization] *Food security of Ukraine in the conditions of the war and post-war recovery: global and national dimensions. International forum: dopovidi uchastykiv mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii. Mykolaiv: MNAU*, 107-111. DOI: 10.31521/978-617-7149-78-0-34
 12. Nosyk, O.M. (2014). Teoretychni pidkhody do vyznachennia zmistu sotsialno-innovatsiinnoi modeli ekonomichnoho rozvytku [Theoretical approaches to determining the content of the socio-innovative model of economic development]. *BiznesInform*, 4, 59-63. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_4_10
 13. Ohinok, S., Kogut, A. (2023). Vplyv sotsialnoho menedzhmentu na mizhnarodnyi biznes [The impact of social management on international business]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 55. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-55-18
 14. Petkun, S., Gudz, O. (2023). Sotsialna vidpovidalnist biznesu v tsyfrovii derzhavi: Novi tsinnisni oriientyry v postvoiennykh umovakh [Social responsibility of business in the digital state: New value orientations in post-war conditions]. *Naukovi perspektyvy*, 7 (37), 140-153. DOI: 10.52058/2708-7530-2023-7(37)-140-153
 15. Svyatenko, S.V., Donskikh, Yu.A. (2019). Novi pidkhody do finansuvannya sotsialnykh pidpriemstv [New approaches to financing social enterprises]. *Skhidna yevropa: Ekonomika, biznes ta upravlinnia*, 6 (23), 393-402. DOI: 10.32782/easterneurope.23-59.
 16. Chala, Yu. (2014). Sotsialna vidpovidalnist pidpriemstv yak osnova innovatsiinoho rozvytku suchasnoi ekonomiky [Social responsibility of enterprises as the basis of innovative development of the modern economy]. *Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskoi systemy Ukrainy*, 40, 275-285. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pprbsu_2014_40_32

17. Aslaksen, H.M., Hildebrandt, C., Johnsen, H.C.G. (2021). The long-term transformation of the concept of CSR: Towards a more comprehensive emphasis on sustainability. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 6(1). DOI: 10.1186/s40991-021-00063-9
18. Cave, D. (2022). Four in five UK business leaders believe flexible working is critical to success, research finds. People and Management. URL: <https://www.people-management.co.uk/article/1808194/four-five-uk-business-leaders-believe-flexible-working-critical-success-research-finds>
19. Chavda, D., Acharya, M., Patel, H. (2022). A study on CSR activities in banking sector as a factor of economic growth. *International Journal of Management, Public Policy and Research*, 1(2), 88-93. DOI: 10.55829/ijm-pr.v1i2.75
20. Defourny, J., Nyssens, M. (2008). Social enterprise in Europe: recent trends and developments. *Social Enterprise Journal*, 4(3), 202-228. DOI: 10.1108/17508610810922703
21. Defourny, J., Nyssens, M. (2008). Social enterprise in Europe: recent trends and developments. EMES Working Papers, 8(1). URL: https://base.socioeco.org/docs/wp_08_01_se_web.pdf
22. Defourny, J., Pestoff, V. (2008). Images and concepts of the third sector in Europe. EMES Working Papers, 8(2). URL: https://emes.net/content/uploads/publications/WP_08_02_TS_FINAL_WEB.pdf
23. Directive (EU) 2022/2464 of the European Parliament and of the Council of 14 December 2022 amending Regulation (EU) No 537/2014, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Directive 2013/34/EU, as regards corporate sustainability reporting (Text with EEA relevance). Eur-lex, 2023. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2022/2464/oj>
24. Dvorský J., Švihlíková, I., Kozubíková, L., Frajtova Michalíková, K., Balcerzak, A.P. (2023). Effect of CSR implementation and crisis events in business on the financial management of SMEs. *Technological and Economic Development of Economy*, 29(5), 1496-1519.
25. Fajczak-Kowalska, A., Tokarski, D. (2023). Sustainable social development manufacturing enterprises in selected countries Central and Eastern Europe. *Scientific Papers of Silesian University of Technology*, 172, 185-199. DOI: 10.29119/1641-3466.2023.172.12
26. Francis-Devine, B., Hutton, G. (2024). Women and the UK economy: Research Briefing. House of Commons Library. URL: <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/SN06838/SN06838.pdf>
27. Fransen, L., Burgoon, B. (2014). Privatizing or socializing corporate responsibility: Business participation in voluntary programs. *Business & Society*, 53(4), 583-619. DOI: 10.1177/0007650313475784
28. Freye, S. (2015). Professional socialization and institutional change: German corporate leaders in transition. *Competition & Change*, 19(5), 406-426.
29. Grégoire, O. (2003). National Profiles of Work Integration Social Enterprises: Belgium. EMES European Research Network, 3(8). URL: https://emes.net/content/uploads/publications/WP_03-08_ELEXIES_B.pdf
30. Marcinkowska, E., Sawicka, J. (2023). Corporate Social Responsibility as a Factor Influencing Purchasing Decisions of Consumers in Central and Eastern Europe. *European Research Studies*, 26(4), 281-299.
31. Milne, Sh. (2024). Business culture in the UK: Employment Basics. Expatica. URL: <https://www.expatica.com/uk/working/employment-basics/uk-business-culture-103182/#work-life-balance>
32. Moon, J. (2014). The socialization of markets. *Corporate Social Responsibility: A Very Short Introduction*. Oxford Academic, 4. DOI: 10.1093/ac-

- trade/9780199671816.003.0005
33. Nyssens, M. (2006). *Social Enterprise – At the crossroads of market, public policies and civil society*. Routledge, 335.
 34. Panchenko, Y., Samoilenko, A. (2023). *Global Trends in the Sharing Economy's Development within the Framework of Socialization*. *International Economic Policy*, 38, 39-53. DOI: 10.33111/iep.eng.2023.38.02
 35. Poledrini, S., Tortia, E. (2020). *Social Enterprises: Evolution of the Organizational Model and Application to the Italian Case*. *Entrepreneurship Research Journal*, 10(4). DOI: 10.1515/erj-2019-0315
 36. Rago, S. (2009). *Social Enterprises as Democracy and Development Promoters: Comparing Danish and Italian Samples*. *Center for Socialt Entreprenørskab. Roskilde Universitet*, 9(9).
 37. Rakov, M., Haque, A.U. (2023). *Emerging Economies in Eastern Europe: Corporate Social Responsibility*. In *Corporate Management Ecosystem in Emerging Economies: Global Perspectives* Springer International Publishing, 287-300.
 38. *Rights and protections under Occupational Safety and Health Act of 1970; procedures for remedy of violations on April 5, 2024*. Office of the Law Revision Council «United States Code». (1970). URL: <https://uscode.house.gov/view.xhtml?req=Occupational+Safety+and+Health+Act&f=treesort&fq=true&num=4&hl=true&edition=prelim&granuleId=USC-prelim-title2-section1341>
 39. *Rights and protections under title VII of Civil Rights Act of 1964, Age Discrimination in Employment Act of 1967, Rehabilitation Act of 1973, and title I of Americans with Disabilities Act of 1990 on April 5*. (2024). URL: <https://uscode.house.gov/view.xhtml?req=Civil+Rights+Act+1964&f=treesort&fq=true&num=2&hl=true&edition=prelim&granuleId=USC-prelim-title2-section1311>
 40. Sachs, J.D., Lafortune, G., Fuller, G., Drumm, E. (2023). *Implementing the SDG Stimulus*. *Sustainable Development Report 2023*. SDSN. DOI: 10.25546/102924
 41. SA 8000:2014 Standard. *Social Accountability International*. (2014). URL: <https://sa-intl.org/resources/sa8000-standard/>
 42. *Social responsibility – Discovering ISO 26000*. *International Organization for Standardization*. (2010). URL: <https://www.iso.org/publication/PUB100258.html>
 43. Tarry, S. (2021). *The Profound Effects of Losing Independent Retailers and Businesses in Canada During the Pandemic*. *Retail Insider Media*. URL: <https://retail-insider.com/retail-insider/2021/03/the-profound-effects-of-losing-independent-retailers-and-businesses-in-canada-during-the-pandemic/>
 44. *The global leader for impact reporting*. *Global Reporting Initiative*. (2024). URL: <https://www.globalreporting.org/>
 45. *United Nations: The 17 goals*. *Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development*. (2024). URL: <https://sdgs.un.org/goals>
 46. *U.S. Code. Legal information system*. *Cornell Law School*. (2024). URL: <https://www.law.cornell.edu/uscode/text>
 47. *Weber Shandwick. War in Ukraine: Results of six country survey*. (2022). *Weber Shandwick's Geopolitical Strategy & Risk Group*, 37. URL: <https://webershandwick.com/news/a-six-country-survey-public-and-employee-expectations-of-business-amid-war-in-ukraine>
 48. *Winter, D. (2024). What Is Entrepreneurship? Get Started as an Entrepreneur*. *Shopify*, 2023. URL: <https://www.shopify.com/blog/what-is-entrepreneurship>
 49. *Work-Life Balance: United Kingdom*. *Better Life Index*. (2023). URL: <https://www.oecdbetterlifeindex.org/topics/work-life-balance/>

Nahornii V. (2024).

FOREIGN EXPERIENCE OF BUSINESS SOCIALIZATION

BIOECONOMY AND AGRARIAN BUSINESS, 15(2): 103-125

<https://journals.nubip.edu.ua/index.php/bioeconomy/article/view/49972>

[https://doi.org/10.31548/economics15\(2\).2024.090](https://doi.org/10.31548/economics15(2).2024.090)

Abstract. *The article examines the theoretical aspects of business socialization, examines the main factors influencing business socialization, and pays attention to the current state of business socialization in the international context. In today's world, where globalization and technological changes are constantly transforming the business landscape, understanding socialization processes in the context of entrepreneurship is critical for strategic management and sustainable development of enterprises. Enterprises are required not only to achieve financial goals, but also to take into account the social, environmental and ethical aspects of their activities. It has been investigated that in modern scientific literature, the concept of "socialization" appears in different contexts, depending on the specifics of the researcher and the field of knowledge. In the economic context, socialization is associated with the formation of concepts focused, first, on society and, individually, on a person. The results of the study indicate that the theoretical aspects of business socialization determine the modern approach to business management. It indicates a gradual abandonment of traditional business models in favor of taking into account social, environmental and ethical factors. It should be noted that the socialization of business is not limited to achieving profitability, but is also focused on solving social problems and taking into account the interests of society. This approach not only contributes to the creation of sustainable and successful companies, but also affects the formation of a society that supports ethical and social values. In the context of business development, it is important to understand that the implementation of social responsibility must be implemented through various forms of socialization, which are based on the values and moral principles of society and, thus, contribute to the maintenance of social stability, as well as contribute to the solution of current problems and the implementation of innovative solutions in the business environment. The conducted research showed that socially active enterprises are influenced not only by globalization processes or consumer purchasing decisions, but also by unforeseen circumstances. After the start of the full-scale invasion of the Russian army, Ukrainian enterprises are actively involved in helping the local population, thereby contributing to the victory of Ukraine and showing their social responsibility. Awareness of one's own social mission acquires great importance for business, as its influence in society has grown significantly over the past decades compared to other structures.*

Keywords: *socialization of business; social responsibility of business; integration, sustainable development; agricultural business; social entrepreneurship.*