

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНІЙ СФЕРІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

*Затварська А. Б., здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
Національний університет «Києво-Могилянська академія»*

Постановка проблеми. Корпоративно соціальна відповідальність є невід'ємним компонентом сучасного бізнесу, зокрема, підприємств паливно-енергетичної сфери. На світовій арені соціально відповідальні компанії вважаються престижними та користуються високою репутацією, покращуючи добробут суспільства. Реалізація такої політики необхідна й в Україні, де зазначена стратегія лише на початкових етапах розвитку, у порівнянні з досвідом іноземних партнерів, у яких КСВ є невіддільною складовою ведення будь-якої підприємницької діяльності.

Паливно-енергетична сфера є однією з ключових для економіки держави, водночас, наслідки її діяльності мають значний негативний вплив на навколишнє середовище. Тому впровадження корпоративної соціальної відповідальності повинна бути однією з ключових засад політики таких компаній.

Проте, зараз Україна знаходиться у воєнному стані, що, своєю чергою, впливає на діяльність та пріоритети підприємства. Паливна промисловість є однією з ключових сфер забезпечення стабільності економіки держави та рівня життєдіяльності суспільства під час кризової ситуації. Тому в контексті війни КСВ набуває особливого значення й своїх характерних рис для підприємств паливно-енергетичного спрямування.

За таких умов важливо розуміти актуальність КСВ у паливно-енергетичній сфері під час війни, її адаптацію та набуття нових форм реалізації для підтримки держави, суспільства й іміджу компанії під час збройного конфлікту.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Війна в Україні має прямий і незворотній вплив на діяльність підприємств, тому впровадження КСВ під час кризової ситуації набуває нових форм. Дослідження цієї тематики розглядається в наукових роботах Червінської Л., Червінської Т., Каліної І., Аккерман О., Ільченко В., Серікової О., Саприкіної М., Буринської О., Фомінова Р. [20, 7, 9, 17, 2, 8, 19]. Демонстрація соціальної відповідальності компанії під час війни не лише позитивно впливає на імідж підприємства, але відіграє ключову роль у відновленні та підтримці суспільства-

Слід відмітити, що компанія CSR Ukraine займається дослідженням і впровадженням цієї діяльності в Україні вже 15 років [4] і є національним партнером CSR Europe [3]. Метою організації є розвиток КСВ для системних

змін в країні, а саме реалізація проєктів соціальної відповідальності на підприємствах [4].

Невирішені складові загальної проблеми. Попри значний потенціал концепції КСВ у паливно-енергетичному секторі у мирний період, постає проблема впровадження та актуальності таких ініціатив під час війни, їхньої ефективності та потенційних напрямків, які сприятимуть мінімізації негативного впливу війни на державу та суспільство під час повномасштабного вторгнення та в період відбудови.

Формулювання цілей статі. Метою статті є аналіз трансформації корпоративно соціальної відповідальності підприємств паливно-енергетичної сфери в умовах війни, визначення основних тенденцій та майбутніх дій у цьому напрямку, а також формування рекомендацій щодо потенційних нових КСВ проєктів на підприємствах паливно-енергетичної сфери.

Виклад основного матеріалу. Термін «корпоративно соціальна відповідальність (КСВ)» визначається як відповідальність компанії перед суспільством, яка виходить за межі її юридичних зобов'язань та обов'язків перед акціонерами [5]. В Україні концепція КСВ була на стадії становлення, проте, через збройну агресію російської федерації, зазначала значної трансформації.

Український бізнес намагався адаптуватися до нових умов. Першочерговим проявом соціальної відповідальності під час війни стала підтримка армії та громадян, які постраждали через наслідки війни. На думку Саприкіної М., саме відповідальність бізнесу стала однією з рушійних сил, які допомогли країні втриматись на початку вторгнення й підтримувати певну стабільність досі [2].

З метою збереження репутації компанії, підтримувати економіку та суспільство, підприємства впроваджують у свою діяльність корпоративну соціальну відповідальність, реалізація якої, у період ведення бойових дій, набуває нових форм.

Серікова О. поділяє КСВ бізнесу в умовах війни на національний та глобальний виміри. Національний вимір, який авторка окреслює з боку українського уряду та компаній, це соціальні проєкти підтримки працівників, збереження робочих місць, водночас, з боку глобалізованого суспільства — встановлення санкцій, вихід світових компаній з ринку агресора [17]. На думку Буринської О. під час війни бізнес повинен вживати особливі заходи, щоб зблизитися зі своїми споживачами на підтримку країни. Зокрема, одним з важливих пунктів у своїй роботі авторка також окреслює чіткість позиції компанії, що означає вихід бізнесу з ринку агресора, у разі його присутності на ньому, та розірвання усіх договорів — постачання, закупівлі, імпорту/експорту товару, запчастин тощо [8].

Червінська Л. зазначає, що під час повномасштабного вторгнення особливостями українського впровадження КСВ являється суттєве скорочення тривалості підготовки проєкту у кризових умовах. Якщо довоєнний період цей процес був досить тривалим, то у період війни реалізація ідей здійснюється

протягом короткого терміну. Окрім цього, Червінська також виокремлює той факт, що у мирний час економіки, бізнес зосереджує свої зусилля на конкретних окремих соціальних питаннях. Натомість, під час війни компанії підтримують економіку країни та армію, а також фокусують увагу на розв'язанні найважливіших післявоєнних проблем [20]. Зокрема, згідно з опитуванням споживачів Factum Group Ukraine, найбільш пріоритетними напрямками відповідальності бізнесу під час війни є підтримка військових (39 %), своїх співробітників (18 %) та підтримувати громадськість (12 %) [6].

Однією із ключових сфер, що забезпечує стабільне функціонування держави не лише у мирний час, але й у період війни, є паливно-енергетична сфера. Пальне є важливим ресурсом для військових операцій у двох напрямках: на лінії фронту, зокрема, для військових транспортних засобів, та у тилу. Останні включають у себе забезпечення логістичної підтримки, перевезення гуманітарної допомоги, функціонування екстрених служб, обслуговування обладнання промисловості (електростанції, заводи, котельні тощо), підтримка ведення бізнесу в тих містах, в яких бойові дії є менш активними тощо. В умовах суттєвого обмеження паливних ресурсів, економіка держави та бойові можливості країни втрачають стійкість та виявляють суттєві ознаки ослаблення, що, в свою чергу, значно знижує ймовірність утримання стратегічних позицій під час збройного конфлікту.

Українські паливні компанії зіткнулися з рядом викликів з початку повномасштабного вторгнення. Слід відмітити, що у довоєнний період зберігалися тісні економічні зв'язки між Україною та Росією [1]. Проте із початком війни вони були розірвані. Це зумовило паливну кризу в нашій країні, оскільки були втрачені не лише основні постачальники сировини, але й припинилося виробництва пального в Україні [18]. Окрім цього, це явище було зумовлено зміною логістики і напрямів постачання пального, руйнування Кременчуцького НПЗ (квітень 2022 року), знищення АЗК, ліквідації сховищ палива, спеціальної техніки тощо, відсутність електроенергії та критичного зменшення працівників через вимушену еміграцію. На ринку пального виник дефіцит і паливні компанії намагалися налагодити постачання із західного напрямку у скорочені терміни. Незважаючи на це, значній кількості даних підприємств не лише вдалось за короткостроковий період налагодити систему й адаптуватись до нових умов функціонування, але й підтримувати суспільство та державу. Вони демонстрували соціальну відповідальність, тісно пов'язаними з концепцією КСВ, які адаптували під умови війни. Можна виділити наступні найбільш популярні напрямки: підтримка армії та суспільства, дбайливе ставлення до екології, відповідальне споживання та зменшення забруднення навколишнього середовища, проведення та фінансування освітньо-культурних проєктів та забезпечення надання медичних послуг для тих, хто потребує тощо.

Однією з найбільш поширених та актуальних проявів соціальної відповідальності під час війни для бізнесу, є підтримка армії. Відповідальні українські підприємства, у тому числі, паливні компанії, забезпечують активну підтримку Збройним силам України у вигляді добровільної фінансової

підтримки, закупівель спорядження, забезпеченням паливом та впроваджуючи ряд окремих ініціатив, пов'язаних, зокрема, зі станом здоров'я військових чи надання робочих місць для ветеранів війни. Відомим прикладом у цій сфері є ініціатива мережі АЗК «ОККО» у співпраці з Фондом «Повернись Живим» — «Око за Око». Метою проєкту було виокремлено збір на 325 млн грн на 25 розвідкомплексів «Шарк». На акцію було залучено 1 гривню з кожного проданого літра пального мережі АЗК «ОККО» PULLS 95 або PULLS Diesel [13]. Згодом, було організовано продовження ініціативи «Око за Око 2», у вигляді збору на міномети, великокаліберні кулемети та автоматичні гранатомети, та «Око за Око 3», у рамках якого проводили закупівлю 10 пульстронів [13]. В цілому, мережі автозаправних комплексів роблять значні добровільні перекази коштів на військову та гуманітарну допомогу. З початку повномасштабного вторгнення «ОККО» перерахували понад 1,5 млрд грн, АЗК «WOG» — 142 млн грн, «БРСМ-Нафта» — 64 млн грн та «KLO» — 30 млн грн [10;12].

Одним з найбільших напрямків благодійницької діяльності мереж АЗК являється постачання пального для потреб української армії. Наприклад, «ОККО» виділяли таку допомогу для безперервного функціонування військової логістики та поставок гуманітарної допомоги, зокрема полкові «Азов». Компанія підтримує громадські організації, що займаються евакуацією населення, та здійснює фінансування фонду «Повернись живим». Також завдяки її допомозі відбувалося відновлення деокупованих міст (Буча, Гостомель, Ірпінь та інші) та відбудова медичних та освітніх закладів (ліцей №1 в Гостомелі, Бобрицьку школу в с. Розважів, Київська обл) [13].

Крім того, одним із напрямів підтримки являється ініціатива «Зігріваємо захисників», яка була започаткована в березні 2022 року. Вона передбачає забезпечення їх теплими напоями та хот-догами у автозаправних комплексах прифронтової зони, зокрема Донецької, Херсонської, Сумської та Запорізької областей. Станом на січень 2024 року, реалізація даної ініціативи була здійснена на суму понад 367 млн грн [13].

Мережа АЗК «Socar» у співпраці з Благодійним фондом «Твоя опора» та їхній проєкт «HELP UKRAINE! NO WAR», мета якого медична та гуманітарна допомога лікарням для потреб постраждалих від бойових дій мирного населення[14]. Наприклад, компанія проводить закупівлі необхідних медичних та продовольчих товарів та передає до Інституту акушерства і педіатрії, Інституту Амосова та 4-ї Київської міської клінічної лікарні. Компанія АЗК «WOG» забезпечувала медичне обладнання для операційних Збройних сил України та Сил територіальної оборони, а також закуповувала спеціалізовані препарати для лікування вибухових та осколкових поранень. Окрім цього, мережа співпрацювала з Фондом Сергія Притули, організувавши проєкт «Добробонуси». На зібрані кошти було закуплено карети швидкої допомоги для ЗСУ. За даними компанії АЗК «WOG» загальна кількість поставлених даних спеціалізованих транспортних засобів складала 70 одиниць[16].

Впроваджують та підтримують ініціативи, пов'язані з турботою про стан

здоров'я українських військових також мережа АЗК «ОККО». Зокрема, компанія виділила 8 тис. л пального для благодійного фонду Smart Medical Aid 1. Паливо було використано для 100 карет швидкої допомоги, придбаних за кордоном, які були доставлені до прифронтових регіонів[13]. Окрім цього, компанія надала фінансову підтримку ініціативі «Donate to Evacuate» Київської школи економіки у розмірі 95 тис. дол США. Кошти було спрямовані на закупівлю гелікоптерів медичної евакуації MEDEVAC[13].

Також в результаті партнерства «WOG» з гуманітарною платформою «Допомога у 2022 році було створено платформу, яка дозволяла робити благодійні внески не лише громадянам України, але й інших держав. Допомога спрямовувалася на закупівлю пального пересічним громадянам, що опинилися в скрутному стані внаслідок війни [16]. Зокрема це громадяни, які втратили роботу, житло, були вимушені виїхати на безпечну територію. Завдяки цій ініціативі значна кількість українців змогла виїхати з прифронтових зон у більш безпечні місця.

Крім того, відповідальні паливні компанії підтримували або ініціювали проекти в екологічному напрямку. Слід відмітити, під час повномасштабного вторгнення це питання стає ще більш актуальним, оскільки наслідки бойових дій негативно впливають на екологічний стан країни як на лінії фронту, так і в тилу через ракетні обстріли. Війна зумовлює руйнацію цілих екосистем: знищення лісів через бойові дії, руйнування сільськогосподарських полів, які використовуються для збивання ракет з метою мінімізації завдання шкоди цивільному населенню та інфраструктури, забруднення водних ресурсів в результаті руйнування Каховської ГЕС та забруднення повітря хімічними речовинами. Агресивна діяльність російської федерації на територіях, які є ними окуповані два роки, привела до знищення понад 60 тис. гектарів лісів [11]. Завдається значна шкода довкіллю, яка впливає на підвищення забруднення повітря, зміну клімату, умов для аграріїв: зниження родючості землі, випалення ґрунту тощо. Тому екологічні ініціативи є ще одним пріоритетним напрямком під час війни та будуть актуальними в період відбудови держави після завершення воєнного конфлікту. Оскільки доступ до прифронтових зон є небезпечним, впроваджуються відповідні проекти на місцях.

Війна спричинила значне зростання безробіття, оскільки компанії вимушені закривати виробництво або скорочувати персонал через бойові дії чи фінансові труднощі. Ця проблема стала критичною для цивільного населення та ветеранів війни, які через бойові поранення повинні опановувати нові професійні навички. Компанія «ОККО» зберігала робочі місця для працівників та підтримувала фінансово сім'ї працівників, які цього потребували, на початку повномасштабного вторгнення. Окрім цього, АЗК цієї компанії були першими відкритими у звільненому від окупації місті Херсоні [13]. Це сприяло відновленню робочих місць для місцевих мешканців.

Наступним напрямком реалізації концепції КСВ являється підтримка громадян з інвалідністю через наслідки ракетних обстрілів для цивільного

населення й, безпосередньо, для військових, які беруть участь в бойових діях. Компанія «ОККО» приєдналась до ініціативи першої леді України Олени Зеленської «Бізнес без бар'єрів», метою якої є сприяння популяризації новій бізнес-стратегії для кожної компанії в країні [13]. Даний напрям включає в себе забезпечення рівних можливостей, облаштування навколишнього простору та робочих місць для людей з особливими потребами.

Для ветеранів війни та членів їх сімей компанія «WOG» організувала освітній проєкт «Академія кави WOG», який передбачає навчання для здобуття професії баристів та надання допомоги для започаткування власного бізнесу [16]. Станом на березень 2024 року, 100 чоловік завершили навчання, із яких 8 % зареєструвалися суб'єктами підприємницької діяльності за даним напрямом.

Війна зумовлює значне падіння купівельної спроможності населення через збільшення безробіття та інфляцію. Реалізуючи ініціативи, які сприятимуть новим робочим місцям та допомозі малозабезпеченим сім'ям, компанії демонструватимуть високий рівень соціальної відповідальності, надаючи підтримку громадянам під час кризової ситуації. Зокрема, «ОККО» організують збір вживаних речей для малозабезпечених, який було започатковано у 2014 р. Проте з початком війни компанія розширила зазначену діяльність [13].

Дослідження свідчать, що ще одним з напрямків прояву КСВ під час війни — створення можливостей для допомоги іншим [20]. Наприклад, розміщення на офіційних веб-сайтах та у соціальних мережах компанії посилення на благодійні збори, підтримка менш відомих громадських організацій, які здійснюють соціальні проєкти, розміщення на територіях АЗК пунктів збору: одягу, пластикові кришок на протези, консервні банки на окопні свічки тощо. Такі ініціативи є важливим та результативним додатковим інструментом для впровадження КСВ. Зокрема, ініціатива компанії «WOG» в рамках проєкту «Добропаливо» — «Підвищуємо пальне для волонтерів» [16]. Термін «підвищений» в цьому контексті розглядається як цілеспрямовані благодійницькі внески клієнтів компанії для волонтерів, які використовують придбане паливо для потреб армії та прифронтових зон, доставляючи необхідні товари та медикаменти. Цей механізм передбачає подвоєння суми допомоги при оплаті картою Visa [16]. Таким чином, волонтерські екіпажі можуть залишатися мобільними, що дуже важливо у період війни.

Українські паливні компанії впроваджують ряд важливих ініціатив, які спрямовані на підтримку армії та суспільства. У той же час, реалізацію КСВ проєктів також потребує екологічний напрямок. Підприємствам паливно-енергетичної сфери рекомендується впроваджувати також ініціативи, які сприятимуть покращенню стану довкілля. Зокрема:

- проведення освітніх заходів з метою висвітлення тематики негативного впливу бойових дій на екологію та навчання пересічних громадян алгоритмам дії щодо зменшення наслідків впливу на навколишнє середовище;
- організація грантів, які сприятимуть дослідженню відновлювальної

енергії та реалізації екопроектів;

– розвиток біопалива. Цей напрямок є актуальним та зумовлює позитивний вплив на економіку та екологію країни, а також сприяє можливостям конкурентної спроможності компанії;

Сприяння реалізації програм реабілітації земель, які постраждали внаслідок бойових дій.

Також рекомендується звернути увагу на економічні та соціальні КСВ заходи:

збільшення робочих місць у прифронтових зонах. Значна частина компаній зупинила свою діяльність, тому проблема безробіття потребує нагального вирішення. Рекомендовано сприяти зростанню робочих місць, наприклад, виділяючи гранти на відкриття малого бізнесу тощо;

організація освітніх проектів для людей з особливими потребами, спрямовані на їх професійну підготовку опанування нового фаху. Також сприяння навчанню для дітей, з метою підвищення усвідомлення про нормалізацію людей з інвалідністю в суспільстві. Окрім цього, впроваджувати ініціативи облаштування комфортного простору для людей з особливими потребами на мережах АЗК та сприяти соціальним проектам облаштування в місті;

започатковувати проекти психосоціальної підтримки: консультації та терапія у спеціалістів, соціальна підтримка адаптації до цивільного життя, включно з допомогою у пошуку житла/роботи, організація арттерапії.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, реалізація корпоративної соціальності відповідальності в паливно-енергетичній сфері в умовах війни є обов'язковою. Ця сфера відіграє ключову роль у підтримці економіки держави та життєздатності населення в кризовій ситуації. Під час повномасштабного вторгнення українські мережі АЗК демонструють високу відповідальність до забезпечення соціальних потреб. Протягом досліджуваного періоду найбільший вклад було здійснено компаніями «ОККО» та «WOG». Встановлено, що одним з пріоритетних напрямків впровадження КСВ в умовах війни є підтримка армії. Реалізовані проекти у цій сфері сприяли забезпеченню палива військових та соціальних структур з метою захисту кордону та відновлення пошкоджених внаслідок бойових дій інфраструктури держави, фінансування та організації проектів закупівель військового спорядження, транспортних засобів та медичного обладнання. Окрім цього, паливні компанії сприяють підтримці цивільного населення, яке постраждало через війну, забезпечуючи їх наданням медичної та гуманітарної допомоги, організації освітньо-культурних проектів.

Водночас, війна має негативний вплив на ряд інших сфер: екологічна шкода, зростання безробіття та бідності, значне збільшення людей з інвалідністю, що безпосередньо впливає на економіку держави та рівень життєдіяльності населення й потребує активної протидії цих наслідків.

Паливним компаніям рекомендується впроваджувати проекти, які сприятимуть зменшенню викидів та розробці інновацій у сфері біопалива, реалізації програм реабілітації земель та освітніх заходів екологічного

напрямку. Поряд із цим слід сприяти соціальним аспектам, зокрема, реалізовувати нові робочі місця, розвивати рівень безбар'єрності, надавати психосоціальну підтримку постраждалим від бойових дій.

Ініціювання таких заходів демонструватиме високий рівень соціальної відповідальності компанії під час кризової ситуації в державі, сприятиме підтримці постраждалих громадян та зміцненню економіки під час та після завершення війни.

Перелік посилань

1. BBC News. Україна, Які економічні відносини Україна і Росія зберегли після початку війни? BBC News Україна — 2023 р. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-65121121>.amp (дата звернення: 26.04.2024).

2. Budni, Як змінилась корпоративна соціальна відповідальність компаній в умовах війни? 2022 р. URL: <https://budni.robota.ua/corporate-culture/yak-zminilas-korporativna-sotsialna-vidpovidalnist-kompaniy-v-umovah-viyni> (дата звернення: 19.04.2024).

3. CSR Europe. URL: <https://www.csreurope.org> (дата звернення: 28.04.2024).

4. CSR Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org> (дата звернення: 28.04.2024).

5. Oxford Reference. Corporate social responsibility (CSR). URL: <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780199684984.001.0001/acref-9780199684984-e-7460> (дата звернення: 17.04.2024).

6. Social responsibility of business in the conditions of war (2022). Factum Group Ukraine. URL: <https://factum-ua.com/reports.html> (дата звернення: 10.04.2024).

7. Аккерман О. Це не просто один із кроків PR-стратегії. КСВ воєнних часів. *Marketing Media Review* — 2023 р. URL: <https://mmr.ua/show/oksanakkerman-ksv-voennyh-chasiv> (дата звернення: 28.04.2024).

8. Буринська О. Жодних напівтонів: як бізнесу будувати комунікації під час війни. *Marketing Media Review*. 2022 р. URL: <https://mmr.ua/show/yak-biznesu-buduvati-komunikaciyi-pid-chas-viyni> (дата звернення: 18.04.2024).

9. Ільченко В.М. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах повномасштабної війни. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». Економіка та управління підприємствами*. Випуск 1 (71) — 2023 р. URL: http://www.business-navigator.ks.ua/journals/2023/71_2023/8.pdf (дата звернення: 17.04.2024).

10. Могуров В. Донејти на перемогу: як українські АЗС допомагають фронту. *krivbass city* — 2024 р. URL: <https://krivbass.city/news/view/donejti-na-peremogu-yak-ukrainski-azs-dopomagayut-frontu> (дата звернення 15.04.2024)

11. Національна спілка журналістів України, Екологія і війна: збереження довкілля у фокусі журналістів. 2024 р. URL: <https://nsju.org/novini/ekologiya-i-vijna-zberezhennya-dovkillya-u-fokusi-zhurnalistiv/> (дата звернення: 24.04.2024)

12. Сайт KLO. URL: <https://www.klo.ua> (дата звернення: 24.04.2024).

13. Сайт ОККО. URL: <https://www.okko.ua> (дата звернення: 24.04.2024).
14. Сайт SOCAR. URL: <https://socar.ua> (дата звернення: 24.04.2024).
15. Сайт UPG. URL: <https://upg.ua> (дата звернення: 24.04.2024).
16. Сайт WOG . U R L : <https://wog.ua> (дата звернення: 24.04.2024).
17. Серікова О. М. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни в Україні: національний і глобальний виміри. *Бізнесінформ*. №6. 2022 р. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2022-6_0-pages-94_100.pdf (дата звернення: 14.04.2024).
18. Укрінформ, Україна зараз імпортує 100% пального, нелегального виробництва немає. 2022 р. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ekonomu/3552467-ukraina-zaraz-importue-100-palnogo-nelegalnogo-virobnictva-nemaie-ekspert.html> (дата звернення: 23.04.2024).
19. Фомінов Р., Серпенінова Ю., Макаренко І., Олексіч Ж. Звітність щодо сталого розвитку гірничодобувних і нафтопереробних компаній: порівняльний аналіз ЄС та України. *Journal of Innovations and Sustainability*. 2022. № 6(4). URL: <https://is-journal.com/is/article/view/134/79> (дата звернення: 17.04.2024).
20. Червінська Л., Червінська Т. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. Том 6 (53). 2023 р. URL: <https://core.ac.uk/download/596246494.pdf> (дата звернення: 26.04.2024).

References

1. BBC News.Ukraine, What economic relations have Ukraine and Russia maintained since the outbreak of war? BBC News.Ukraine (2023). [Yaki ekonomichni vidnosyny Ukraina i Rosiia zberehly pislia pochatku viiny?], available at: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-65121121>.amp (last accessed 26.04.2024).
2. Budni, How has the corporate social responsibility of companies changed in the conditions of war? (2022). [Budni, Yak zminylas korporativna sotsialna vidpovidalnist kompanii v umovakh viiny?], available at: <https://budni.robota.ua/corporate-culture/yak-zminilas-korporativna-sotsialna-vidpovidalnist-kompaniy-v-umovah-viyni> (last accessed 19.04.2024).
3. CSR Europe, available at: <https://www.csreurope.org> (last accessed 28.04.2024).
4. CSR Ukraine, available at: <https://csr-ukraine.org> (last accessed 28.04.2024).
5. Oxford Reference. Corporate social responsibility (CSR), available at: <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780199684984.001.0001/acref-9780199684984-e-7460> (last accessed 17.04.2024).
6. Social responsibility of business in the conditions of war (2022). Factum Group Ukraine, available at: <https://factum-ua.com/reports.html> (last accessed 10.04.2024).
7. Ackerman, O. (2023). This is not just one of the steps of the PR strategy. CSR in wartime [Tse ne prosto odyn iz krokiv PR-stratehii. KSV voiennykh chasiv].

Marketing Media Review, available at: <https:mmr.ua/show/oksana-akkerman-ksv-voyennyh-chasiv> (last accessed 28.04.2024).

8. Burynska, O. (2022). No halftones: how businesses can build communications during the war [Zhodnykh napivtoniv: yak biznesu buduvaty komunikatsii pid chas viiny]. *Marketing Media Review*, available at: <https:mmr.ua/show/yak-biznesu-buduvati-komunikacziyi-pid-chas-vijni> (last accessed 18.04.2024).

9. Ilchenko, V.M. (2023). Social responsibility of business in the conditions of a full-scale war [Sotsialna vidpovidalnist biznesu v umovakh povnomasshtabnoi viiny]. *Economics and management of enterprises*. Issue 1 (71), available at: http:www.business-navigator.ks.ua/journals/2023/71_2023/8.pdf (last accessed 17.04.2024).

10. Mogurov, V. (2024). Reaching the victory: how Ukrainian gas stations help the frontline [Doneity na peremohu: yak ukrainski AZS dopomahaiut frontu]. *krivbass city*, available at: <https:krivbass.city/news/view/donejti-na-peremogu-yak-ukrainski-azs-dopomagayut-frontu> (last accessed 15.04.2024).

11. National Union of Journalists of Ukraine, Ecology and War: Environmental Protection is in the Focus of Journalists (2024). [Natsionalna spilka zhurnalistiv Ukrainy, Ekolohiia i viina: zberezhennia dovkillia – u fokusi zhurnalistiv], available at: <https:nsju.org/novini/ekologiya-i-vijna-zberezhennya-dovkillya-u-fokusi-zhurnalistiv/> (last accessed 24.04.2024).

12. Website KLO, available at: <https:www.klo.ua> (last accessed 24.04.2024).

13. Website OKKO, available at: <https:www.okko.ua> (last accessed 24.04.2024).

14. Website SOCAR, available at: <https:socar.ua> (last accessed 24.04.2024).

15. Website UPG, available at: <https:upg.ua> (last accessed 24.04.2024).

16. Website WOG . available at: <https:wog.ua> (last accessed 24.04.2024).

17. Serikova, O.M. (2022). Corporate social responsibility of business in the conditions of war in Ukraine: national and global dimensions [Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist biznesu v umovakh viiny v Ukraini: natsionalnyi i hlobalnyi vymiry]. *Biznesinform*. No. 6, available at: https:www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2022-6_0-pages-94_100.pdf (last accessed 14.04.2024).

18. Ukrinform, Ukraine now imports 100% of fuel, there is no illegal production – expert (2022). [Ukrinform, Ukraina zaraz importuie 100% palnoho, nelegalnoho vyrobnytstva nemaie — ekspert], available at: <https:www.ukrinform.ua/rubric-economy/3552467-ukraina-zaraz-importue-100-palnogo-nelegalnogo-virobnictva-nemaie-ekspert.html> (last accessed 23.04.2024).

19. Fominov, R., Serpeninova, Y., Makarenko, I., Oleksich, J. (2022). Reporting on sustainable development of mining and oil refining companies: a comparative analysis of the EU and Ukraine [Zvitnist shchodo staloho rozvytku hirnychodobuvnykh i naftererobnykh kompanii: porivnialnyi analiz YeS ta Ukrainy]. Vol. 6, No. 4, available at: <https:is-journal.com/is/article/view/134/79> (last accessed 17.04.2024).

20. Chervinska, L., Chervinska, T. (2023). Social responsibility of business in times of war [Sotsialna vidpovidalnist biznesu v umovakh viiny]. *Financial and lending activities: problems of theory and practice*. No. 6 (53), available at: <https://core.ac.uk/download/596246494.pdf> (last accessed 26.04.2024).

РЕФЕРАТИ ABSTRACTS

УДК 339.187:662.7; JEL Classification: M31

Затварська А. Б. РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНІЙ СФЕРІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Мета. Метою статті є аналіз трансформації корпоративно соціальної відповідальності підприємств паливно-енергетичної сфери в умовах війни, визначення основних тенденцій та майбутніх дій у цьому напрямку, а також формування рекомендацій щодо потенційних нових КСВ проєктів на підприємствах паливно-енергетичної сфери. **Методика дослідження.** Теоретичною та методологічною основою дослідження є праці вітчизняних науковців, присвячені дослідженню питань корпоративної соціальної відповідальності бізнесу під час війни. **Результати.** У статті досліджено загальний стан впровадження КСВ в українських мережах автозаправних комплексів «ОККО», «WOG», «Socar», «KLO» та «UPG» у період повномасштабного вторгнення. Виділено впроваджені ініціативи мереж АЗК та висвітлено зміни заходів соціальної відповідальності в кризовий період. Встановлено, що основними напрямками, які потребують особливої уваги, є підтримка армії та суспільства, яке постраждало від війни, екологічних проєктів, сприяння безбар'єрності та подолання бідності. Надано рекомендації щодо подальшого напрямку впровадження КСВ під час та після війни, зокрема, сприяти ініціативам з облаштування комфортного простору в українських містах для людей з особливими потребами та освітнім проєктам, які зумовлюватимуть отримання нового фаху для людей з інвалідністю та громадян, які втратили роботу через війну. Виокремлена нагальна потреба сприяння проєктів для збільшення робочих місць у прифронтових містах, реалізуючи соціальні ініціативи та виділяючи гранти на реалізацію малого бізнесу. Також встановлено, що для зниження негативного впливу внаслідок війни на екосистему країни, важливо впроваджувати низку екологічних проєктів, зокрема, сприяти проведенню освітніх заходів для українців щодо алгоритму дій зменшення наслідків на довкілля. Визначено, що важливими КСВ проєктами для паливних підприємств будуть також пов'язані з впровадженням інновацій, зокрема, альтернативних джерел чи біопалива. Виявлено, що ці напрямки сприятимуть не лише позитивному впливу на навколишнє середовище, а також зміцненню економіки держави, що є вкрай важливо під час війни. Встановлено, що впровадження КСВ є важливим інструментом для паливно-енергетичних компаній під час війни, який зумовлює позитивний вплив на державу та суспільство й сприяє стійкості економіки під час кризової ситуації. **Наукова**

новизна. Розроблено перелік КСВ заходів, які сприятимуть стійкості економіки держави доброботу населення під час війни. **Практична значущість.** Запропоновані заходи є перспективним напрямком реалізації КСВ у паливно-енергетичному секторі під час війни, який сприятиме вирішенню таких проблем як інклюзивність, безробіття, шкода навколишньому середовищу та інших, які є спричинені збройною агресією російської федерації.

Ключові слова: корпоративно соціальна відповідальність (КСВ); паливна сфера; паливо; війна; Україна; екологічна безпека.

UDC 339.187:662.7; JEL Classification: M31

Zatvarska A. DEVELOPMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE FUEL AND ENERGY SECTOR DURING THE WAR

Purpose. The purpose of the article is to analyze the transformation of corporate social responsibility of fuel and energy enterprises in the context of war, to identify the main trends and future actions in this direction, and to formulate recommendations for potential new CSR projects at fuel and energy enterprises. **Methodology of research.** The theoretical and methodological basis of the study is the work of domestic scholars on the study of corporate social responsibility of business during the war. **Findings.** The article analyzes the general state of CSR implementation in the Ukrainian networks of OKKO, WOG, Socar, KLO and UPG filling stations during the period of full-scale invasion. The implemented initiatives of the filling station chains are highlighted and changes in social responsibility measures during the crisis period are highlighted. It is established that the main areas that require special attention are support for the army and society affected by the war, environmental projects, promoting barrier-free accessibility, and poverty alleviation. Recommendations are made for further directions of CSR implementation during and after the war, in particular, to promote initiatives to create comfortable spaces in Ukrainian cities for people with disabilities and educational projects that will lead to new professions for people with disabilities and citizens who have lost their jobs due to the war. The authors highlighted the urgent need to promote projects to increase jobs in frontline cities by implementing social initiatives and allocating grants for small businesses. It has also been established that in order to reduce the negative impact of the war on the country's ecosystem, it is important to implement a number of environmental projects, in particular, to promote educational activities for Ukrainians on the algorithm of actions to reduce environmental impacts. It has been determined that important CSR projects for fuel companies will also be related to the introduction of innovations, in particular, alternative sources or biofuels. It has been found that these areas will contribute not only to a positive impact on the environment, but also to strengthening the state's economy, which is extremely important during the war. It has been established that the implementation of CSR is an important tool for fuel and energy companies during the war, which has a positive impact on the state and society and contributes to the sustainability of the economy during a crisis. **Originality.** A list of CSR measures that will contribute to the

sustainability of the state's economy and the welfare of the population during the war has been developed. *Practical value.* The proposed measures are a promising direction for the implementation of CSR in the fuel and energy sector during the war, which will help to solve such problems as inclusiveness, unemployment, environmental damage and others caused by the armed aggression of the Russian Federation.

Keywords: corporate social responsibility (CSR); fuel sector; fuel; war; Ukraine; environmental safety.

Відомості про автора / About the Author

Затварська Анна Богданівна — здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня, Національний університет «Києво-Могилянська академія», м. Київ, Україна; e-mail: annazatvarska@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-6761-2391>. Моб. (066) 60-89-712.

Zatvarska Anna — higher education student of the second (master's) level, National University of «Kyiv-Mohyla Academy», Kyiv, Ukraine.