

передбачають, що до 2027 року понад 40% робочих ролей у світі зазнають впливу генеративного ШІ. NV new voice. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/ekspert-rozpoviv-chogo-chekati-vid-shi-u-2024-roci-50386530.html>

3. За оновленим прогнозом, у найближчі п'ять років витрати на ШІ зростатимуть середньорічними темпами у 86,1%. Інтерфакс-Україна. URL: <https://interfax.com.ua/news/telecom/956153.html>

4. У Європейському Союзі в четвер, 1 серпня, набув чинності закон, що регулюватиме правила у сфері штучного інтелекту (Artificial Intelligence Act). URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3891086-uevrosouzi-nabuv-cinnosti-persij-u-sviti-zakon-pro-stucnij-intelekt.html>

5. Успішне впровадження ШІ потребує не тільки розуміння принципів, але й досконалого знання області його застосування. ShiStrategies. URL: <https://strategi.com.ua/shtuchnyy-intelekt-dlia-biznesu/>

Марина СЕМИКІНА,
д-р. екон. наук, проф.,
Центральноукраїнський національний
технічний університет, Україна
([ORCID 0000-0001-6995-1267](https://orcid.org/0000-0001-6995-1267))

Іван АНДРІЯШЕВСЬКИЙ,
Центральноукраїнський національний
технічний університет, Україна

ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ З ПОЗИЦІЙ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Реалії війни в Україні засвідчили, що торговельне підприємництво є важливою опорою для забезпечення базових потреб населення, збереження робочих місць та підтримки соціальних ініціатив.

Дослідження реалій та перспектив розвитку торговельного підприємництва крізь призму соціальної відповідальності залишається важливим завданням економічної науки, як підкреслюють українські дослідники [1-4], оскільки дозволяє виявити не лише проблеми, а й нові можливості для сталого розвитку.

Метою дослідження є вивчення реального стану та перспектив розвитку торговельного підприємництва в Україні, виявлення типових

проблем у сфері соціальної відповідальності бізнесу в умовах війни та розробка пропозицій щодо підвищення рівня СВБ у післявоєнний період для забезпечення стійкого розвитку галузі та суспільства.

Здійснений аналіз засвідчив, що в умовах війни торговельне підприємництво зіткнулося з низкою типових проблем у сфері соціальної відповідальності. Це, перш за все, складнощі із забезпеченням безпеки персоналу та споживачів у зоні бойових дій та на прифронтових територіях, що змушує бізнес інвестувати в укриття, протоколи евакуації та психологічну підтримку. Значним викликом є збереження робочих місць та гідних умов праці в умовах економічної кризи, коли підприємства змушені скорочувати витрати. Крім того, виникають проблеми з дотриманням етичних стандартів у ціноутворенні та уникненням спекуляцій, особливо на товари першої необхідності, що є вкрай чутливим для населення. Торговельні мережі також зіштовхуються з труднощами у реалізації благодійних та волонтерських ініціатив через порушення логістики та зниження прибутковості, хоча саме вони часто стають центрами допомоги для громад. Все це відбувається на тлі підвищених очікувань суспільства щодо підтримки бізнесом країни, що може призводити до репутаційних ризиків у разі неспроможності відповідати таким очікуванням.

Систематизація окремих пріоритетних напрямів розвитку торговельного бізнесу з позицій соціальної відповідальності пропонується у таблиці 1.

Таблиця 1

Окремі пріоритетні напрями розвитку торговельного бізнесу з позицій соціальної відповідальності

Напрями	Заходи	Очікувані результати
Допомога суспільству	Створення гуманітарних хабів для переселенців. Регулярні благодійні акції на користь ЗСУ. Партнерство з волонтерськими організаціями.	Зміцнення соціального капіталу бізнесу. Підтримка вразливих груп населення. Покращення іміджу компанії.
Підтримка етичного споживання	Впровадження прозорої цінової політики (антиспекуляційні механізми). Створення маркування товарів з інформацією про соціальний внесок виробника. Просування товарів українських виробників.	Зменшення соціальної напруги через доступність товарів. Зростання довіри споживачів. Підтримка внутрішнього виробництва.
Соціальний захист працівників, розвиток	Створення програм підтримки для працівників-військових та їх родин. Впровадження гнучкого графіку для матерів-одиначок.	Збереження кваліфікованих кадрів. Підвищення лояльності персоналу.

людського капіталу	Безкоштовні навчальні курси для співробітників.	Зменшення соціальної вразливості працівників.
Екологічна відповідальність	Перехід на еко-пакування та скорочення пластику. Впровадження систем ресайклінгу в магазинах. Використання «зеленої» логістики (електромобілі, оптимізація маршрутів).	Зменшення екологічного сліду бізнесу. Формування культури еко-свідомості серед споживачів. Дотримання стандартів ЄС для експорту.
Боротьба тіньовою економікою	3 Легалізація усіх ланцюгів поставок. Публічна звітність про податкові надходження. Відмова від «серого» імпорту.	Збільшення надходжень до держбюджету. Зниження корупційних ризиків. Прозорість бізнес-процесів.
Розвиток локальних спільнот	Інвестування в інфраструктуру малих міст/сіл (відновлення магазинів, доріг). Підтримка місцевих фермерів через ярмарки та кобрендинг. Освітні програми для підприємців у регіонах.	Створення нових робочих місць. Зменшення міграції з регіонів. Зростання економічної самодостатності громад.
Цифрова інклюзія	Розробка платформ для онлайн-продажів зі соціальними функціями (донати через покупки). Навчання споживачів старшого віку користуванню цифровими сервісами.	Залучення нових категорій клієнтів. Зменшення цифрової нерівності. Підвищення лояльності через інновації.

Джерело: розроблено авторами на основі джерел [1-4]

Післявоєнне відновлення відкриває нові перспективи для підвищення соціальної відповідальності торговельного бізнесу. Важливим завданням стане інвестиція в розвиток людського капіталу, зокрема через програми перекваліфікації та інтеграції ветеранів до трудового колективу, а також підтримку психологічного здоров'я працівників. Зростання попиту на етичне споживання, допомогу ЗСУ та локальним виробникам підсилює роль СВБ як конкурентної переваги.

Торговельні підприємства повинні впроваджувати принципи сталого розвитку (енергоефективність, управління відходами, підтримка місцевих виробників), що не лише відповідає екологічним та соціальним стандартам ЄС, а й формує позитивний імідж. Посилення прозорості та підзвітності у всіх аспектах діяльності, включаючи ланцюги постачання, ціноутворення та благодійність, підвищить довіру споживачів та партнерів.

Нарешті, формування партнерств із громадськими організаціями та місцевими громадами дозволить бізнесу ефективніше реагувати на соціальні потреби та спільно вирішувати актуальні проблеми.

Усвідомлення, що соціальна відповідальність бізнесу є не витратами, а стратегічною інвестицією у стійкість та

конкурентоспроможність, має стати підґрунтям подальшого успішного розвитку торговельного підприємництва в післявоєнній Україні.

Список використаних джерел

1. Деліні М., Аксентюк М. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 66. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-65>.

2. Миськів Г. В., Пасінович І. І. Сталий розвиток і соціальна відповідальність в умовах війни в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «Проблеми економіки та управління». 2023. Вип. 7, № 1. С. 21- 36. DOI: <http://doi.org/10.23939/semi2023.01.021>.

3. Колот А.М., Герасименко О.О., Шевченко А.С. Нові виклики для теорії та практики людського капіталу в умовах становлення «індустрії 4.0»: компетентнісний аспект. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-8>

4. Семикіна М.В., Бугаєва М.В., Савеленко Г.В. Соціальна відповідальність через призму бізнес-культури та ділового спілкування: механізми реалізації в торгівлі та ресторанному бізнесі. *Управління економікою: теорія та практика. Чумаченківські читання*. 2024. С. 111-130. DOI: <https://doi.org/10.37405/2221-1187.2024.111-130>

Марина СЕМИКІНА,

д-р. екон. наук, проф.,
Центральноукраїнський національний
технічний університет, Україна
([ORCID 0000-0001-6995-1267](https://orcid.org/0000-0001-6995-1267))

Володимир ЧАЙКІН,

Центральноукраїнський національний
технічний університет, Україна

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ І ЗАГРОЗ

Торговельний бізнес в Україні в умовах війни і глобальних змін функціонує в умовах безпрецедентних ризиків та перешкод, які створюють сукупність економічних, соціальних, психологічних та логістичних проблем. Тому глибокий аналіз цих питань та розробка