

УДК 658.5:339.138:364

JEL classification: M14, L80, D21

[https://doi.org/10.31891/dsim-2026-13\(25\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2026-13(25))

СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНА ПОВЕДІНКА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ СПОЖИВЧИХ ПОСЛУГ В СУЧАСНИХ УМОВАХ УКРАЇНИ

ГАЛЮЛЬКО Юрій

аспірант, кафедра менеджменту, публічного управління та персоналу,
Західноукраїнський національний університет

<https://orcid.org/0009-0004-0341-6041>

e-mail: galulkoirij@gmail.com

У статті досліджено специфіку формування та реалізації соціально відповідальної поведінки суб'єктів сфери споживчих послуг України в умовах повномасштабної війни. Розкрито зміст зовнішньої та внутрішньої компонент соціальної відповідальності підприємств, визначено ключові напрями, які потребують першочергового посилення в кризових умовах.

Обґрунтовано, що ефективна взаємодія зі споживачами передбачає підвищення якості послуг, диференціацію їхньої вартості залежно від фінансових можливостей населення, забезпечення прозорості діяльності та дотримання принципів доброчесності. У межах відповідальності перед суспільством і державою акцентовано на важливості волонтерських ініціатив, участі у публічно-приватних партнерствах, сплаті податків і підтримці екологічної безпеки.

Розкрито внутрішні аспекти відповідальності підприємств, що включають створення додаткових робочих місць для демобілізованих та постраждалих громадян, забезпечення справедливої та своєчасної оплати праці, формування безпечних умов праці та підвищення стійкості бізнес-процесів до перебоїв енергопостачання. Значну увагу приділено підтримці професійного розвитку персоналу як чиннику збереження трудового потенціалу та підвищення якості надання послуг.

Обґрунтовано, що комплексне зміцнення соціальної відповідальності підприємств сфери споживчих послуг сприяє стабілізації соціально-економічного середовища, підвищує довіру населення та формує передумови для стійкого функціонування бізнесу в умовах воєнних ризиків.

У статті окреслено комплекс заходів, спрямованих на активізацію соціально відповідальної поведінки підприємств сфери споживчих послуг: підвищення стандартів захисту трудових прав, удосконалення взаємодії зі споживачами, забезпечення екологічної відповідальності, розширення участі бізнесу у суспільно значущих проєктах, а також посилення ролі держави у стимулюванні соціальних ініціатив. Реалізація цих заходів створює умови для підвищення рівня соціальної стійкості, розвитку людського капіталу та відновлення економічного потенціалу України.

У статті узагальнено характерні риси соціально відповідальної діяльності підприємств, що працюють у сфері споживчих послуг.

Ключові слова: соціально відповідальна поведінка, споживчі послуги, особливості соціально відповідальної діяльності.

SOCIALLY RESPONSIBLE BEHAVIOR OF DOMESTIC ENTERPRISES IN THE CONSUMER SERVICES MARKET UNDER CONTEMPORARY CONDITIONS IN UKRAINE

GALIULKO Yurii

West Ukrainian National University

The article examines the specifics of the formation and implementation of socially responsible behavior of subjects of the consumer services sector of Ukraine in the conditions of a full-scale war. The content of the external and internal components of corporate social responsibility is revealed, and key areas that require priority strengthening in crisis conditions are identified. It is substantiated that effective interaction with consumers involves improving the quality of services, differentiating their cost depending on the financial capabilities of the population, ensuring transparency of activities and adherence to the principles of integrity. Within the framework of responsibility to society and the state, the importance of volunteer initiatives, participation in public-private partnerships, paying taxes and supporting environmental safety is emphasized. The internal aspects of corporate responsibility are revealed, including the creation of additional jobs for demobilized and affected citizens, ensuring fair and timely remuneration, creating safe working conditions and increasing the resilience of business processes to power outages. Considerable attention is paid to supporting the professional development of personnel as a factor in preserving labor potential and improving the quality of service provision. It is substantiated that the comprehensive strengthening of social responsibility of enterprises in the consumer services sector contributes to the stabilization of the socio-economic environment, increases public confidence and creates the prerequisites for the sustainable functioning of business in conditions of military risks. The article outlines a set of measures aimed at activating the socially responsible behavior of enterprises in the consumer services sector: increasing standards for the protection of labor rights, improving interaction with consumers, ensuring environmental responsibility, expanding business participation in socially significant projects, as well as strengthening the role of the state in stimulating social initiatives. The implementation of these measures creates conditions for increasing the level of social sustainability, developing human capital and restoring the economic potential of Ukraine. The article summarizes the characteristic features of socially responsible activities of enterprises operating in the consumer services sector.

Keywords: socially responsible behavior, consumer services, features of socially responsible activities.



ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

У сучасних умовах трансформації української економіки та посилення впливу європейських інтеграційних процесів питання соціальної відповідальності бізнесу набуває особливої ваги. Підприємства ринку споживчих послуг дедалі частіше розглядають соціально відповідальну поведінку не лише як етичний обов'язок, а й як стратегічний інструмент підвищення конкурентоспроможності, зміцнення репутації та формування довгострокової довіри споживачів.

В умовах воєнного стану, економічної нестабільності та зростання соціальної напруги роль бізнесу у підтримці суспільства зростає. Українські компанії демонструють нові підходи до корпоративної соціальної відповідальності: участь у благодійних ініціативах, підтримка Збройних сил України, допомога переселенцям та розвиток місцевих громад. Це свідчить про переосмислення місії підприємств і їх прагнення діяти не лише з огляду на прибуток, а й на користь суспільству.

Таким чином, дослідження соціально відповідальної поведінки вітчизняних підприємств на ринку споживчих послуг є актуальним, оскільки воно дозволяє оцінити сучасні тенденції ведення бізнесу, визначити ефективні моделі взаємодії бізнесу та суспільства, а також сприяти формуванню нової культури підприємництва в Україні.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідження з проблем внутрішньої соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання висвітлені у працях Білецької І., Романчукевича М., Васильціва Т., Лупака Р., Рудковського О., Августина Р., Галюлька Ю., Демківої І. та ін.

У працях Васильціва Т., Лупака Р. та Рудковського О. О. [4] соціально відповідальна поведінка суб'єктів підприємництва розглядається як багатогранне явище, що вимагає міждисциплінарного аналізу. Дослідники підкреслюють, що соціальна відповідальність охоплює не лише економічні рішення бізнесу, а й глибші соціальні та етичні аспекти їхньої діяльності.

Автори Білецька І., Романчукевич М. [5] досліджують стан соціальної сфери України в умовах повномасштабної війни, акцентуючи на структурних змінах, навантаженні на соціальну інфраструктуру та трансформації ринку праці. Їх праці ґрунтовно висвітлюють взаємозв'язок між воєнними діями та соціально-економічними процесами. Авторки зазначають, що найбільше постраждала сфера послуг, оскільки вона напряму залежить від фізичної присутності клієнтів та стабільності внутрішнього попиту.

У своїх роботах Августина Р. та Галюлька Ю. [2] комплексно окреслюють ризики, які виникають у разі відсутності ефективного державного втручання у сфері формування соціально відповідальної поведінки підприємств споживчих послуг. Їхній підхід базується на економічно-соціальному аналізі, де соціальна відповідальність розглядається як один зі стрижневих факторів стабільного розвитку національного господарства. Однак, і досі питання соціально – відповідальної поведінки є достатньо дискусійними.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою дослідження є визначення особливостей та обґрунтування основних напрямів реалізації соціально відповідальної діяльності підприємств у сфері споживчих послуг.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Соціальна відповідальність, по-перше, має особливі характеристики для підприємств, які надають послуги населенню, і це слід враховувати; по-друге, вона стає ще більш актуальною та набуває нового змісту в умовах повномасштабної війни [1]. Соціальна відповідальність суб'єктів сфери споживчих послуг є комплексною категорією, що включає як взаємодію з суспільством, так і забезпечення належних умов діяльності персоналу.

Августин Р., Демків, І., Галюлько Ю. вважають [1], що українські підприємства, реагуючи на нові загрози, не лише змогли зберегти роботу та трудові колективи, а й активно включилися в підтримку місцевих громад, Збройних Сил України, територіальної оборони та внутрішньо переміщених осіб. Це демонструє згуртування бізнесу навколо спільного завдання — посилення стійкості держави.

Сучасне трактування соціальної відповідальності, на їх погляд, охоплює не тільки виконання норм, запропонованих державними чи міжнародними інституціями, а й здатність бізнесу проактивно реагувати на кризові обставини, формуючи нові соціально значущі практики. В умовах повномасштабної війни соціальна відповідальність підприємств споживчої сфери набула якісно нових характеристик. Зіштовхнувшись із потребами населення — евакуацією, гуманітарною допомогою, відновленням інфраструктури — бізнес продемонстрував готовність ініціювати власні проекти суспільного характеру.

У воєнні часи також Августин Р., Демків, І., Галюлько Ю. підкреслюють [1], корпоративна

відповідальність виступає насамперед добровільним проявом громадянської позиції, а не нав'язаною вимогою. Це свідчить про формування нової моделі поведінки підприємств, спрямованої на посилення соціальної згуртованості в умовах кризи. Позитивним наслідком стало зростання мотивації працівників та підвищення результативності їхньої праці, що відіграє ключову роль у підтримці національної економіки.

Також автори [1] акцентують увагу, що змінилися основні напрями корпоративної відповідальності: пріоритет надано гуманітарній підтримці, допомозі ЗСУ та забезпеченню економічної стійкості як фундаменту сильної та незалежної держави. Нині українське суспільство демонструє високий рівень взаємодії бізнесу, влади та громадян у спільному прагненні захистити національні інтереси та зміцнити економічний потенціал країни.

Соціальна відповідальність у сфері споживчих послуг, особливо в умовах воєнного стану, набуває власних характеристик, ключові з яких представлено на рис. 1 на основі [1,2].



Рис.1 Загальні характеристики соціальної відповідальності

Згідно рис. 1 зовнішній вимір соціальної відповідальності охоплює забезпечення високої якості обслуговування населення, участь у соціально значущих проєктах, підтримку вразливих категорій громадян, а також співпрацю з органами влади та іншими інституціями задля посилення соціального ефекту.

Внутрішній напрям соціальної відповідальності спрямований на формування сприятливого трудового середовища, що передбачає створення нових робочих місць, підвищення рівня оплати праці, розвиток професійних компетентностей працівників, впровадження систем безпеки праці та забезпечення можливостей кар'єрного зростання.

Внутрішній та зовнішній напрями є взаємопов'язаними й взаємопідсилюючими: ефективна соціальна політика щодо суспільства неможлива без належного ставлення до трудового колективу, тоді як якісні умови праці формують потенціал для реалізації зовнішніх соціальних ініціатив.

Августин, Р., Галюлько, Ю., Демків, І [1] визначили, що для стимулювання соціально відповідальної поведінки, особливо в умовах повномасштабної війни, вітчизняні суб'єкти споживчої сфери можуть впроваджувати такі заходи:

1. Зовнішня складова відповідальності:

Перед споживачами: забезпечення високої якості послуг; диференціація цін залежно від фінансових можливостей споживачів.

Перед громадськістю: організація волонтерських ініціатив; популяризація принципів етичної поведінки.

Перед навколишнім середовищем: уникнення забруднення довкілля внаслідок господарської діяльності; проведення регулярних заходів із прибирання територій.

Перед державою: прозоре ведення бізнесу, своєчасна сплата податків; участь у публічно-приватних проєктах.

Перед контрагентами: дотримання принципів чесної конкуренції; проведення спільних соціально відповідальних заходів.

2. Внутрішня складова відповідальності:

Щодо зайнятості: створення нових робочих місць; забезпечення роботою демобілізованих, ветеранів війни та постраждалих.

Щодо оплати праці: своєчасна та повна виплата зарплати; прив'язка оплати до результатів праці.

Щодо умов праці: створення безпечного та комфортного робочого середовища; забезпечення автономності роботи під час блекаутів.

Щодо соціального захисту працівників: розширення гарантованих державою соціальних пакетів; надання додаткових соціальних гарантій.

Щодо розвитку персоналу: фінансування навчання та підвищення кваліфікації; надання додаткових відпусток для навчання.

У сучасних умовах, зокрема в період воєнного стану, значення соціальної відповідальності підприємств у сфері споживчих послуг істотно зростає. Вона стає чинником підтримки соціальної стабільності, зміцнення громад та розвитку людського капіталу, що є критично важливим для відновлення та подальшого розвитку країни.

У разі подальшої відсутності належного державного втручання в розв'язання проблеми підвищення рівня соціальної відповідальності суб'єктів сфери споживчих послуг можуть проявитися низка негативних наслідків для національної економіки України.

На думку Августина. Р., Галюлька. Ю. [2], якщо органи державного управління і надалі не втручатимуться у вирішення проблеми підвищення рівня соціальної відповідальності суб'єктів сфери споживчих послуг, це може спричинити низку негативних наслідків для національної економіки. До них належать: скорочення бюджетних надходжень; погіршення умов праці; ослаблення трудового потенціалу; загострення екологічних проблем; зниження якості трудового життя населення; зменшення ресурсного потенціалу; послаблення соціальної безпеки держави.

Водночас слід наголосити, що ключовими чинниками низького рівня соціальної відповідальності суб'єктів сфери споживчих послуг в Україні залишаються: недосконалість нормативно-правової бази та податкової системи; обмежені фінансові ресурси підприємств, значна частина яких є збитковими; недостатнє усвідомлення важливості соціальних ініціатив у формуванні конкурентних переваг; слабе державне стимулювання, корупційні прояви та надмірне податкове навантаження; відсутність дієвих програм мотивації бізнесу до соціально відповідальної поведінки; низький рівень інвестицій у соціальні програми; а також недостатні морально-етичні та культурні компетентності управлінського персоналу підприємств сфери споживчих послуг.

Августин, Р., Галюлька, Ю. [2] також підкреслюють, що для подолання наявних проблем і зменшення бар'єрів, що стримують активізацію соціально відповідальної поведінки суб'єктів сфери споживчих послуг, доцільним є формування та впровадження комплексу відповідних заходів за такими ключовими векторами:

- ✓ удосконалення механізмів захисту трудових прав та забезпечення дотримання норм трудового законодавства (легалізація зайнятості та заробітної плати; збільшення інвестицій у розвиток інтелектуального капіталу; посилення соціального захисту і розбудова соціальної інфраструктури; підвищення рівня оплати праці та її відповідності трудовому внеску працівників);

- ✓ посилення соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством (створення нових робочих місць;

- ✓ впровадження систем управління якістю на підприємствах сфери споживчих послуг;

- ✓ дотримання галузевих і колективних угод;

- ✓ удосконалення взаємовідносин між суб'єктами сфери споживчих послуг і споживачами (підвищення ефективності системи захисту прав споживачів; поліпшення якості та безпечності послуг; відповідальна цінова політика);

- ✓ розширення участі представників сфери споживчих послуг у заходах із захисту довкілля;

- ✓ забезпечення високого рівня соціально відповідальної поведінки щодо контрагентів і конкурентів.

Існують також проблеми, які пов'язані з недостатнім розвитком соціальної сфери держави в умовах воєнного стану. Білецька І., Романчукевич М. [5] виділяють у контексті воєнних дій наступні основні

проблеми соціальної сфери України: значне зростання кількості громадян, які вимушено виїхали за кордон; масштабні внутрішні переміщення населення, що суттєво підвищили навантаження на соціальну інфраструктуру регіонів, які їх приймають; дестабілізація ринку праці та системи зайнятості; поглиблення соціально-демографічної кризи; збільшення рівня безробіття та погіршення матеріального становища громадян; зниження купівельної спроможності населення; ослаблення кадрового потенціалу підприємств та дефіцит фахівців, особливо у сферах торгівлі, логістики та фармацевтики. Найбільш від наслідків війни постраждали сфера послуг (зокрема салони краси, спортивні клуби, заклади харчування й готельний бізнес), освіта й наука, юридичні послуги, автомобільний сектор, домашній персонал, фахівці з безпеки та спеціалісти з монтажу й сервісного обслуговування.

На основі проаналізованих особливостей соціально відповідальної поведінки суб'єктів сфери споживчих послуг окреслено наступні особливості (табл. 1).

Таблиця 1.

Особливості соціально відповідальної поведінки вітчизняних підприємств сфери споживчих послуг в сучасних умовах України

Особливості	Характеристика
1. Наслідки відсутності державного втручання	Зменшення надходжень до бюджету Погіршення умов праці Зниження трудового потенціалу Погіршення екологічної ситуації Погіршення якості трудового життя Зменшення ресурсного потенціалу Зниження рівня соціальної безпеки
2. Основні причини низької соціальної відповідальності підприємств	Недосконалість законодавства Низькі фінансові можливості підприємств Нерозуміння ролі соціальної відповідальності у конкурентоспроможності Слабке державне стимулювання, корупція, високі податки Низький рівень інвестицій у соціальні програми Низькі морально-етичні компетентності управлінського персоналу
3. Нові умови (повномасштабна війна)	Бізнес бере на себе соціальні ініціативи, а не діє лише під тиском норм Підприємства підтримують громади, ЗСУ, ВПО Переорієнтація соціальної відповідальності на гуманітарну підтримку та оборону Соціальна відповідальність стала інструментом виживання та стійкості
Екологічна відповідальність	Підвищення мотивації працівників Зростання продуктивності Підсилення стійкості економіки Консолідація бізнесу, громади та держави Особливості соціально відповідальної поведінки вітчизняних підприємств сфери споживчих послуг в сучасних умовах України
Відповідальність перед державою	Прозоре ведення бізнесу Повна та своєчасна сплата податків Участь у державно-приватних проєктах
Відповідальність перед контрагентами і конкурентами	Дотримання принципів добросовісної конкуренції Спільні соціально відповідальні ініціативи
Внутрішня компонента відповідальності (в умовах війни)	Створення робочих місць для ветеранів, демобілізованих, постраждалих- Своєчасна оплата праці Комфортні та безпечні умови (включно з автономністю підчас блекаутів) Розширення соцгарантій Навчання, підвищення кваліфікації, додаткові відпустки

Сформовано автором на основі [1-8]

Узагальнено заходи активізації соціально відповідальної поведінки суб'єктів сфери споживчих послуг (табл.3).

Таблиця 2

Заходи активізації соціально відповідальної поведінки підприємств сфери споживчих послуг

Напрямок активізації	Сутність заходів
1	2
1. Захист прав працівників та дотримання трудового законодавства	Легалізація зайнятості та зарплат Інвестиції в інтелектуальний капітал Посилення соціального захисту, розвиток соціальної інфраструктури Підвищення рівня оплати праці і відповідність результатам роботи
2. Підвищення соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством	Створення нових робочих місць Запровадження систем управління якістю Дотримання галузевих та колективних угод

1	2
3.Покращення відносин зі споживачами	Посилення захисту прав споживачів Поліпшення якості та безпеки послуг Відповідальна цінова політика
4.Екологічна відповідальність	Недопущення забруднення довкілля Регулярні екологічні акції та прибирання територій
5.Зміцнення економічної стійкості держави	Легалізація зайнятості та заробітної плати
6.Покращення бізнес - репутації та партнерських відносин	Дотримання принципів доброчесної конкуренції Спільні соціально відповідальні ініціативи
7. Зростання якості послуг і соціальної ефективності	Впровадження систем управління якістю Розширення соціальних гарантій
8. Розвиток інтелектуального капіталу	Інвестиції у навчання та професійний розвиток

Сформовано автором на основі [1-8]

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Проведене дослідження засвідчує, що соціально відповідальна поведінка підприємств сфери споживчих послуг в умовах повномасштабної війни набула стратегічного значення та визначає рівень їхньої стійкості й довіри з боку суспільства. Встановлено, що така поведінка має внутрішній та зовнішній виміри, які в умовах воєнного стану зазнають суттєвих трансформацій. Бізнес дедалі активніше бере участь у гуманітарних ініціативах, підтримці Збройних Сил України, місцевих громад та внутрішньо переміщених осіб.

Ідентифіковано ризики, пов'язані з низьким рівнем державного регулювання соціальної відповідальності, серед яких – зниження якості трудового життя, скорочення бюджетних надходжень, послаблення трудового потенціалу та загострення екологічних проблем. Визначено ключові бар'єри розвитку соціальної відповідальності підприємств: недосконалість законодавчої бази, фінансова нестабільність бізнесу, відсутність стимулів до соціальних інвестицій, корупційні прояви та недостатній рівень управлінської культури.

Доведено, що війна стала каталізатором формування нової парадигми соціальної відповідальності, що спирається на добровільність, оперативність дій та консолідацію зусиль держави, бізнесу і громади. У таких умовах соціальна відповідальність перетворюється на інструмент підвищення соціальної стійкості та відновлення економічного потенціалу країни.

Запропонований комплекс заходів, спрямований на посилення соціально відповідальної поведінки підприємств сфери споживчих послуг, сприятиме зміцненню людського капіталу, підвищенню якості взаємодії з громадянами та формуванню більш стійкої економічної системи. Отже, соціальна відповідальність виступає важливим чинником розвитку та стабільності суспільства в умовах тривалих кризових викликів.

Література

1. Августин, Р., Демків, І., Галюлько, Ю. Соціальна відповідальність суб'єктів сфери споживчих послуг: особливості та пріоритети реалізації. *Development Service Industry Management*, 2025. (2), 245–250. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2025-10\(32\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2025-10(32))
2. Августин, Р., Галюлько, Ю. Теоретико-методичні засади управління соціальною відповідальністю суб'єкта сфери споживчих послуг. *Development Service Industry Management*. 2024. (1), 173–177. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(25\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(25))
3. Білан О. С. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник підвищення вартості компанії. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 54. С. 75-79.
4. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Рудковський О. В. Напрями та засоби стимулювання соціальної відповідальності підприємництва в Україні. *Економіка та держава*. 2019. № 5. С. 4–8.
5. Білецька, І., & Романчукевич, М. (2022). СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНА ПОВЕДІНКА СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ НА НЕОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЯХ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ І МЕНЕДЖМЕНТУ. *MODELING THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC SYSTEMS*, (2), 85–91. <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-4-11>
6. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року. Розпорядження КМУ від 24 січня 2020 р. № 66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>
7. Соціально-гуманітарні виклики війни та інструментарій їх подолання (Карпатський регіон України): електронне науково-аналітичне видання / наук. ред. Т. Г. Васильців; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». Львів, 2022. 47 с. URL: <http://ird.gov.ua/irdp/p20220032.pdf>

8. ЛЮБОХИНЕЦЬ, Л., КАТКОВА, Т., & КРАВЧИК, Ю. (2022). АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕДУМОВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 304(2(1)), 167-173. [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2\(1\)-23](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2(1)-23)

References

1. AVHUSTYN, R., DEMKIV, I., & GALIULKO, Y. (2025). SOCIAL RESPONSIBILITY OF CONSUMER SERVICES ENTITIES: FEATURES AND IMPLEMENTATION PRIORITIES. *Development Service Industry Management*, 2, 245-250. [https://doi.org/10.31891/dsim-2025-10\(32\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2025-10(32))
2. AVHUSTYN, R., & GALIULKO, Y. (2024). THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF SOCIAL RESPONSIBILITY MANAGEMENT OF CONSUMER SERVICES ENTITIES. *Development Service Industry Management*, 1, 173-177. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(25\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(25))
3. Bilan, O. S. (2020). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak chynnyk pidvyshchennia vartosti kompanii. *Prychornomorski ekonomichni studii*, (54), 75–79.
4. Vasylytsiv, T. H., Lupak, R. L., & Rudkovskiy, O. V. (2019). Napriamy ta zasoby stymuliuвання sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemnytstva v Ukraini. *Ekonomika ta derzhava*, (5), 4–8.
5. Biletska I., & Romanchukovykh M. (2022). SOCIALLY RESPONSIBLE BEHAVIOR OF BUSINESS ENTITIES IN THE UN-OCCUPIED TERRITORIES OF UKRAINE UNDER WAR CONDITIONS: ASPECTS OF MARKETING AND MANAGEMENT. *MODELING THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC SYSTEMS*, (2), 85–91. <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-4-11>
6. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2020). Kontsepsiia realizatsii derzhavnoi polityky u sferi spriannia rozvytku sotsialno vidpovidalnoho biznesu v Ukraini na period do 2030 roku (Order No. 66-r, January 24, 2020). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>
7. Vasylytsiv, T. H. (Ed.). (2022). Sotsialno-humanitarni vykylyky viiny ta instrumentarii yikh podolannia (Karpatskyi rehion Ukrainy). Institute of Regional Research named after M. I. Dolishnyi of the NAS of Ukraine. <http://ird.gov.ua/irdp/p20220032.pdf>
8. LIUBOKHYNETS, L., KATKOVA, T., & KRAVCHYK, Y. (2022). ANALYSIS OF FINANCIAL AND ECONOMIC PREREQUISITES FOR ENSURING ECONOMIC SECURITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISE. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 304(2(1)), 167-173. [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2\(1\)-23](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2(1)-23)