

Огінок С. В.

*кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5462-5362>*

Федунь М. В.

*кандидат юридичних наук, доцент,
Львівський національний університет імені Івана Франка
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9188-7142>*

Бондаренко Ю. Г.

*кандидат економічних наук, асистент,
Національний університет «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2362-7629>*

Ohinok Solomiya

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Lviv Polytechnic National University*

Fedun Maryanna

*Candidate of Legal Sciences, Associate Professor,
Ivan Franko National University of Lviv*

Bondarenko Yulia

*Candidate of Economic Sciences, Assistant,
Lviv Polytechnic National University*

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПРИБУТКОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Анотація. Діяльність соціального підприємця полягає в розпізнанні ситуації, коли частина суспільства обмежена у своєму розвитку та усуненні відповідних обмежень. Соціальне підприємство відрізняється від інших підприємств тим, що для першого соціальний ефект є прямим цілеспрямованим результатом, а не побічним продуктом діяльності, соціальне підприємництво як інноваційний підхід, завдяки якому індивіди можуть вирішити серйозні соціальні проблеми, з якими стикається їх спільнота. У статті визначено важливі аспекти розвитку та функціонування галузі соціального підприємництва через аналіз діяльності успішних соціальних підприємств у світі та Україні. Досліджено підприємства, які є соціально відповідальними та поширюють кращі стандарти життя. Проаналізовано компанії, які в часи боротьби проти COVID-19 займаються допомогою іншим та зменшенням економічних наслідків від світової пандемії.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціально відповідальний бізнес, пандемія COVID-19, бізнес стратегії, прибуткові організації.

Вступ і постановка проблеми. У сучасному світі соціально відповідальна діяльність бізнесу є загальноприйнятим правилом, якого дотримується значна кількість великих, середніх і навіть малих компаній по всьому світу. Будь-який бізнес може бути соціально відповідальним. Проте, для таких є компаній є можливість робити щось корисне, якщо вони прагнуть цього. Власники таких компаній можуть брати участь у благодійних проектах і вони не потребують прибутку. Просто хочуть, щоб певна проблема була вирішена.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над питаннями соціального підприємництва працювали та працюють багато дослідників із різних країн, деякі з них є успішними соціальними підприємцями, які створюють значну соціальну цінність. Теоретичні підвалини дослідження соціального підприємництва заклали такі науковці: Артем Корнецький, Василь Назарук, Білл Дрейтон, Грегор Діс, Джордж Сорос, Дуглас Норт, Йоганна Майр, Мохаммад Юнус, Хелен Лотон Сміт, Чарльз Ледбітер та інші. Активно ведеться пошук нових ефективних стратегій розвитку соціального підприємництва. Вчені звертають увагу на те, що для успішного ведення соціального бізнесу підприємствам необхідно добре вміти пристосуватися та приймати нові виклики, зокрема, в Україні в часи боротьби з російським агресором та збільшенням кількості ВПО, адже постійно необхідно шукати шляхи

удосконалення виробничого процесу, тому це і визначає актуальність дослідження цієї теми.

Засади наукового обґрунтування соціального підприємництва як прогресивного методу для підвищення своєї конкурентоспроможності та отримання максимальних переваг від сталого розвитку та покращення умов життя заклали Ю. Попов, Ф. Бородкін, М. Баталіна, поглибили та доповнили А. Московська, Л. Тарадіна та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У нинішній час у світовій економічній думці нема чітко сформованої єдина комплексна теоретична основа інструментів, які оптимізують діяльність соціального підприємства, яка б об'єднувала в собі різні підходи та давала поштовх до подальших напрацювання. Цінний та повний теоретичний огляд досліджень, які базуються на економетричних моделях, та опубліковані в базах Scopus та Web of Science, провели А. Гелмзінг, М. Тодрес, К. Андре та М. Гонін, з якого чітко видно прогалини наукової думки у сфері дослідження соціального підприємництва та їх прибутковості. Зокрема, вченими недостатньо вивчені та проаналізовані окремі фактори розвитку соціального підприємництва, серед яких можна виділити і вплив соціальних підприємств на конкурентоспроможність та інноваційний розвиток, недостатньо проведено досліджень впливу соціального підприємництва в економіках розвинених країн зі середнім рівнем доходів та

країн, що розвиваються, а також лише частково проведений детальний аналіз на конкретних рушіїв та бар'єрів впровадження соціальних підприємств в розрізі різних секторів та регіонів.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є визначення ролі та функцій соціального підприємництва, визначити важливі аспекти цієї галузі через аналіз діяльності успішних соціальних підприємств у світі, які створюють конкуренцію на ринку та поширюють соціальну відповідальність, зокрема під час пандемії коронавірусу, а також дослідити успішний розвиток соціальних підприємств в Україні та закордоном.

Результати дослідження. Розвивати бізнес можна тільки в розвиненому суспільстві, тому за допомогою корпоративної соціальної відповідальності компанії намагаються забезпечити тривале існування на ринку. Покращуючи загальну економіку і якість життя населення, організації забезпечують потенційний попит на свої товари і послуги. Саме тому вони беруть на себе зобов'язання за вплив на різні сфери суспільного життя.

Основними формами реалізації соціальних програм є – благодійні пожертвування, філантропія, соціальні інвестиції, фінансування і виділення грантів на соціальні ініціативи, соціально значимий маркетинг, корпоративне волонтерство, зміна навколишнього середовища [1].

За допомогою цих програм компанії розвивають цінності соціальної відповідальності, формують корпоративну культуру. Компанії, які здійснюють вплив на навколишнє середовище, можуть зменшити викиди вуглецю і скоротити кількість відходів. Існує також соціальна відповідальність етичних норм стосовно працівників, що може означати надання справедливої заробітної плати [2]. Загалом, щорічно на програми реалізації корпоративної соціальної відповідальності в усьому світі витрачається більше 15 млрд дол. США.

Питання корпоративної соціальної відповідальності – це питання репутації та успішності. Зараз компанії не можуть ігнорувати свій імідж як соціально відповідального гравця. Під час дослідження агентства «Cone Communications», результати якого оприлюднені у 2017 році, 87% опитаних американців стверджували, що куплять продукт або послугу в компанії, якщо вона опікується тими ж проблемами, про які турбується споживач. Але якщо компанія підтримує справу, яка суперечить переконанням споживача, то 76% людей відмовляться щось купувати в неї [3; 4].

У США масштабно розвинена благодійність серед організацій. В Америці існує закон, який дозволяє при заповненні податкової декларації вирахувати суму, яка була витрачена на благодійність. Але ця сума не може перевищувати 30% або 50% валового доходу за вирахуванням дозволених законом утримань. Максимальний відсоток встановлюється залежно від типу організації, на яку буде спрямована допомога. Такі норми стимулюють тих, кому легше викидати непотрібні речі, ніж допомагати іншим у благодійності. Також цей закон дозволяє звільнити від подвійного оподаткування частину доходу, витраченого на благодійність протягом року. Великим компаніям та підприємцям доцільніше віддавати гроші на благодійність, аніж платити податки державі в такому ж розмірі, оскільки за рахунок благодійності вони отримують визнання від людей та особисте задоволення, а сплачуючи податки, вони просто виконують свої обов'язки як платника податків без будь-яких переваг.

Корпоративна соціальна відповідальність стає все більш важливою. Компанії пропонують робочі місця, вирішують соціальні проблеми та можуть бути успіш-

ними як в корпоративному бізнесі, так і в соціальному бізнесі. Нище наведено відомі соціальні відповідальні організації, які приносять значний вклад своїми соціальними діями.

Компанія «BOSCH» продовжує працювати у відповідності до цінностей засновника Роберта Боша, який сказав: «Я завжди діяв за принципом, що краще втратити гроші, ніж довіру». Bosch інвестує 50% свого бюджету на дослідження і розробки в технології, що забезпечують збереження і захист навколишнього середовища.

«Starbucks» планує найняти 10 000 біженців в 75 країнах протягом наступних п'яти років, а також найняти 25 000 ветеранів до 2025 року.

Одним з аспектів соціальної ініціативи «Apple» є навколишнє середовище та упаковка «Apple» виготовляється з 99% паперу, що переробляється. «IBM» підтримує багато проектів у галузі освіти, допомозі при катастрофах, економічному розвитку, охороні здоров'я тощо [5].

«Microsoft» – створив соціальну платформу «Microsoft Philanthropies», яка працює з некомерційними організаціями, урядами та підприємствами, щоб створити майбутнє, в якому у кожної людини є певні навички, знання і можливість досягти більшого. «Microsoft Philanthropies» охоплює все: від комп'ютерного навчання, надання грантів некомерційним організаціям і встановлення партнерських відносин з організаціями по всьому світу [6]. «Netflix» надає підтримку своїм співробітникам, пропонуючи 52 тижні оплачуваної відпустки по догляду за дитиною, яку можна використати в будь-який час [7].

На сьогоднішній день досі в світі триває пандемія COVID-19, більшість компаній знаходиться у скрутному становищі, але є також ті, що беруть на себе ініціативу допомогти іншим. Багато компаній припинили свою діяльність, деякі діють в половину своїх можливостей, а деякі надають значну підтримку в боротьбі з COVID-19 та генерують соціальну відповідальність. Згідно досліджень «Wall Street Journal», довіра до малого бізнесу різко впала в зв'язку з пандемією. Великі корпорації допомагають даному бізнесу в цей важкий час. «Amazon» оголосив про виділення 5 мільйонів доларів США для фонду підтримки малого бізнесу, в той час як «Google» надав 1 мільйон доларів США організаціям постраждалим від пандемії [8]. «Lululemon», який тимчасово закритий всі магазини в Північній Америці на початку пандемії, продовжував виплачувати зарплату працівникам і забезпечувати доступ до фонду допомоги. «Microsoft» зобов'язується платити своїм погодинним працівникам їх регулярну оплату, навіть незважаючи на те, що попит на їхні послуги сповільнюється, а «Walmart», «Apple» і «Olive Garden» забезпечують додаткове медичне покриття і підтримку для своїх найбільш вразливих працівників [8].

Українські компанії також вносять свою соціальну відповідальність. Компанія N-iX створила спеціальний благодійний фонд для подолання COVID-19 в Україні та спрямувала кошти з благодійного фонду на масову закупівлю експрес-тестів на SARS-COV-2. У компанії «Soft Serve» перерахували 10 мільйонів гривень у корпоративний благодійний фонд «Відкриті очі». Гроші будуть скеровані на вирішення нагальних медичних потреб у тих локаціях, де розташовані офіси компанії. Зокрема у Львові компанія «Бігборд» безкоштовно розмістила на своїх бордах та сітілайтах соціальну рекламу із закликом залишатися вдома. Загалом 200 рекламних площин. Небанківська організація «Moneyveo» виділила 3 млн грн, а «Приват-Банк» – 1 млн Євро на закупівлю медобладнання та апаратів ШВЛ для боротьби з коронавірусом. «Нова Пошта» виділила 25 млн грн на закупівлю матеріалів і обладнання

в лікарні Полтавської області та Полтави. Корпорація «АТБ» – 100 млн грн на надання безкоштовних наборів з продуктами і товарами повсякденного харчування, 10 млн. грн компанія виділила на придбання медичного діагностичного обладнання. Будівельний магазин «Епі-центр» щомісяця виділятиме 1% від обороту, це близько 40-50 млн грн [9]. Представлено далеко не всі компанії, які своїми ресурсами допомагають боротися з вірусом.

Корпоративна соціальна відповідальність також відноситься до працівників компаній. Співробітники є найціннішим організаційним ресурсом, і те, як фірма відноситься до своїх працівників, пов'язане з її успішністю. Корпоративна соціальна відповідальність перед працівниками може включати різні аспекти, такі як безпека на роботі, справедлива заробітна платня, охорона здоров'я та безпека, відповідні умови праці, організаційна справедливість, уникнення дискримінації та різноманітності, трудові відносини та гнучкі умови роботи, навчання, кар'єра та багато іншого. Деякі з цих аспектів є більш значущими стосовно ситуації, спричиненої спалахом коронавірусу. Наприклад, само собою зрозуміло, що безпека роботи, оплата праці, охорона праці є дуже важливими в цьому контексті. В таблиці наведено огляд деяких з цих аспектів, відповідно до відомих світових корпорацій, які дотримуються цієї практики.

Корпоративна соціальна відповідальність перед споживачами може включати різні аспекти, такі як якість продукції, безпека та екологічність, справедлива ціна, якість обслуговування протягом усього життєвого циклу товару,

чесна та правдива реклама тощо. Наприклад, онлайн-послуги, відстрочка платежів через фінансові труднощі, доставка додому є одними з найбільш важливих питань стосовно ситуації, спричиненої спалахом коронавірусу.

Корпоративна соціальна відповідальність перед суспільством може включати в себе безліч аспектів, таких як благодійні внески, надання продуктів та послуг фірми, потребуючим, допомога нужденним та багато іншого. У зв'язку з COVID-19 дуже важливі медичні та харчові продукти.

Компанії такі як: «Tesla», «Fiat», «GM» почали виробництво респираторів для медичних працівників та апаратів ШВЛ; «Louis Vuitton», «Verdant Spirits» – виробництво дезінфекторів; «HP», «Boeing» – маски, деталі до апаратів ШВЛ; «Dyson» – апарати ШВЛ; «Procter & Gamble» – здійснюють виробництво 45 тис. літрів санітайзерів щотижнево.

Технологічні та ІТ-компанії працюють над створенням рішень для боротьби з коронавірусом. Одним з таких напрямків є розробка технології відстежування місцеположення для стримування поширення хвороби. Інші зусилля спрямовані на поліпшення доступності Інтернету, а ще одна спрямована на запобігання поширенню дезінформації.

Брак предметів першої необхідності, в тому числі предметів медичного призначення та медичних товарів, а також продуктів харчування в супермаркетах, є наслідком збоїв в глобальному ланцюжку поставок. Збій стався через зупинки виробництва в багатьох регіонах і країнах, транспортних бар'єрів по всьому світу та браку робочої сили. Таким чином, була порушена логістична система,

Таблиця 1

Створення вигоди для працівників компаній

Компанії	Деталі
Amazon, Starbucks	Оплачена відпустка / вихідний.
Lowe's, Walmart, Target, Marriott, Disney World, Tesla, Macy's, Everlane, Sonder, Nissan, Honda	Робота – частково або на обмежений період; Карантинні виплати.
Facebook, Google, Microsoft, Apple, Twitter, Amazon, CISCO, Coca-Cola	Робота з дому.
Walmart, Trader Joe's, Apple, Amazon, Instacart, DoorDash, McDonald's, Burger King, Kroger	Оплачуваний лікарняний.
Target, Uber, Whole Foods	Фінансова допомога.

Джерело: [10]

Таблиця 2

Створення вигоди для клієнтів за допомогою пропозицій та знижок у зв'язку спалаху коронавірусу

Компанії	Деталі
Харчування: Starbucks, KFC, Uber Eats	Безкоштовна доставка додому.
Розваги: HBO, SiriusXM, Amazon	Безкоштовні програми, безкоштовна підписка.
Фітнес: Peleton, Nike Training Club, Planet Fitness,	Безкоштовні віртуальні заняття фітнесом.
Постачальники послуг: AT&T, Sprint, T-Mobile, Comcast (Xfinity),	Збільшена потужність використання мережевих даних, безкоштовне користування мережею WiFi.
Інші: U-Haul	30 днів безкоштовного користування сховищем для студентів.

Джерело: [10]

Таблиця 3

Створення вигоди для клієнтів через фінансові труднощі у зв'язку спалаху коронавірусу

Компанії	Деталі
Фінансові інституції: Citi, PNC, Key Bank, JPMorgan Chase, Bank of America, etc.	Відстрочка платежів по кредитах, іпотека, відмова від щомісячної плати за обслуговування і т.д.
Харчові компанії: Postmates, Instacart тощо.	Доставка додому.
Туристичні компанії: Airbnb, Expedia, Hilton, etc.	Плата за скасування відсутня.
Роздрібний бізнес: Walmart, Costco, Target, Whole Foods, Dollar General, Publix, Giant	Спеціальний режим роботи для людей похилого віку.
Онлайн бізнес: Amazon, Walmart, eBay	Запобігання завищення цін на необхідні товари.

Джерело: [10]

Таблиця 4

Благодійність компаній світу у зв'язку спалаху коронавірусу

Компанії	Деталі
MGM Resorts	Пожертвував 480 000 фунтів їжі продовольчим банкам і громадам США.
PepsiCo	Пожертвування та фінансування медичних потреб і продуктів харчування (50 мільйонів обідів) для людей групи ризику.
WeeCare	Допомога сім'ям у пошуку тимчасового рішення щодо догляду за дитиною.
Nestlé	Пожертвування продуктів харчування, медичних товарів, води.
Coca-Cola	Програми допомоги громаді, поставки медичних товарів.
Alice + Olivia	Пожертвування масок.
The Home Depot	Пожертвування масок N95 лікарням та медичним працівникам.

Джерело: [10]

Таблиця 5

Розробка рішень для боротьби з коронавірусом

Компанії	Деталі
Facebook, Apple, Google	Обмежити поширення дезінформації про коронавірус.
Google, Microsoft	Інформація про поширення хвороби, інформаційний трекер.
Apple and Google у партнерстві	Система відстеження, яка допомагає стримувати поширення вірусу, спонукаючи користувачів ізолювати себе після контакту з інфікованою людиною.
IBM	Використовує свої надкомп'ютерні потужності, щоб допомогти вченим проводити дослідження про COVID-19.
Netflix, YouTube, Amazon (Prime video), Google, Apple (TV)	Зменшили інтернет-трафік (якість потокової передачі) для економії інтернет-ресурсів.

Джерело: [10]

щоб доставляти предмети першої необхідності. Компанії з сильними логістичними можливостями поставок приєдналися, щоб надати свою допомогу. Amazon надає у пріоритет медичні відправлення, «H&M» використовує свою глобальну мережу поставок для постачання захисного обладнання для лікарень, «Coca-Cola» надає логістичну підтримку поставок некомерційним організаціям, щоб допомогти у виробництві захисних масок.

Хоча наслідки від COVID-19 ще слід визначити, він буде серйозною економічною проблемою на наступні тижні і місяці. З огляду на руйнівні наслідки спалаху COVID-19, в найближчі місяці соціальним підприємствам потрібно певна форма державної підтримки. Ще невідомо, чи отримає ця група конкретний доступ до державного фінансування в такі безпрецедентні і небезпечні часи. Кредитори вже почали пропонувати рятувальні лінії соціальним підприємствам. Наприклад, «Open Road Alliance», американський фонд, який спеціалізується на наданні короткострокових проміжних кредитів, пропонує позики і гранти в розмірі до 100 000 доларів організаціям, які займаються боротьбою з вірусом. Технологічні компанії, включаючи «Netflix» і «Facebook», також надають кошти [12].

Пандемія коронавірусу стала визначальною подією, що вплинув на наше життя. Організації та підприємства доклали зусиль і ресурсів, щоб впоратися з наслідками пандемії, слідуючи поняттю соціальної відповідальності в суспільстві. Пандемія вірусу надала можливість більш детально вивчити та зрозуміти поняття корпоративної соціальної відповідальності [10; 11].

Навіть якщо ваш бізнес не є соціальним підприємством, кожен бізнес може знайти способи постійно допомагати

і здійснювати позитивний вплив на світову спільноту, при цьому заробляючи гроші. Споживачі все частіше купують товари чи послуги у тих компаній, які займаються соціальними проблемами. Міжнародна організація зі стандартизації ISO підкреслює, що здатність бізнесу підтримувати баланс між досягненням економічних показників і вирішенням соціальних та екологічних проблем є критичним фактором для ефективної і дієвої роботи. Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність розвиває потенціал успішного розвитку компанії.

Висновки. Отже, соціальне підприємство спрямоване на створення соціальних та економічних благ. За допомогою соціальних підприємств намагаються вирішувати проблеми у тих секторах суспільства і економіки, які не охоплені державою або іншими підприємствами та на які не звертається достатня увага через відсутність коштів, знань, навичок чи безперспективність отримання значних економічних вигод. Проте існує багато перепон на шляху розвитку соціального підприємства, серед яких: відсутність фінансової підтримки, можливість поступово збільшуватись, відсутність правильної бізнес-стратегії, збільшення конкуренції, підбір кадрів, уряд та законодавча база. Вирішенням згаданих проблем слугують фінансові підтримки від міжнародних організацій, отримання грантів тощо. Соціальна відповідальність бізнесу – важливий сегмент розвитку кожної успішної на ринку компанії. У сучасному світі соціально відповідальна діяльність бізнесу є загальноприйнятим правилом, якого дотримується значна кількість великих, середніх і навіть малих компаній по всьому світу. Питання корпоративної соціальної відповідальності – це питання репутації та успішності.

Список використаних джерел:

1. Чому корпоративна соціальна відповідальність набирає обертів? URL: <https://medium.com/@Giveback/почему-корпоративная-социальная-ответственность-набирает-обороты-1b5707cdb88c>
2. Social Responsibility. URL: <https://www.investopedia.com/terms/s/socialresponsibility.asp>
3. Соціальна відповідальність: бізнес-стратегія, «Піар» чи Самообмеження? URL: <https://business.ua/strategies/4202-sotsialna-vidpovidalnist-biznesstrategiia-piar-chy-samoobmezhenia>

4. Lilach Bullock. 2019's Top 5 Most Innovative And Impactful Social Enterprises / Lilach Bullock. – 2019. URL: <https://www.forbes.com/sites/lilachbullock/2019/03/05/2019s-top-5-most-innovative-and-impactful-social-enterprises/#afccf38774a0>
5. Nupur Vilas. Top 20 Corporate Social Responsibility Initiatives for 2017 / Nupur Vilas. – 2017. URL: <https://www.smartrecruiters.com/blog/top-20-corporate-social-responsibility-initiatives-for-2017/>
6. Allison Gauss. 6 Socially Responsible Companies to Applaud. URL: <https://www.classy.org/blog/6-socially-responsible-companies-applaud/>
7. 16 brands doing CSR responsibility successfully. DMI Blog. URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully>
8. Noa Gafni. COVID-19: How companies can support society. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2020/03/coronavirus-and-corporate-social-innovation/>
9. Український бізнес проти коронавірусу: хто й чим допомагає. 24 Канал. 2020. URL: https://news.24tv.ua/ukrayinskiy_biznes_proti_koronavirusu_hto_y_chim_dopomagaye_n1309641
10. Robert N. Lussier. Corporate Social Responsibility during the Coronavirus Pandemic: An Interim Overview. *Business and Economic Research*. 2020. P. 20.
11. Кулиняк І., Копець Г., Гарасюк І. Заходи забезпечення соціальної рекламної інформаційної кампанії у протидії поширенню пандемії COVID-19. *Економіка та суспільство*. 2022. № 36. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-15>
12. Financier Worldwide Magazine. The impact of social entrepreneurship on economic growth. URL: <https://www.financierworldwide.com/the-impact-of-social-entrepreneurship-on-economic-growth#.Xru9QSRR02x>

References:

1. Chomu korporativna sotsial'na vidpovidal'nist' nabyraye obertiv? (2017) (electronic journal). Available at: <https://medium.com/@Giveback/pochemu-korporativnaya-sotsyal'naya-otvet-stvennost'-nabyraet-oboroty-1b5707cdb88c> (accessed 10 November 2022).
2. Sotsial'na vidpovidal'nist' (2019). Available at: <https://www.investopedia.com/terms/s/socialresponsibility.asp> (accessed 10 November 2022).
3. Sotsial'na vidpovidal'nist': biznes-stratehiya, "Piar" chy Samoobmezheniya? (2018). Available at: <https://business.ua/strategies/4202-sotsialna-vidpovidalnist-biznesstratehiia-piar-chy-samoobmezheniya>
4. Lilach Bullock (2019) 2019's Top 5 Most Innovative And Impactful Social Enterprises. Available at: <https://www.forbes.com/sites/lilachbullock/2019/03/05/2019s-top-5-most-innovative-and-impactful-social-enterprises/#afccf38774a0>
5. Nupur Vilas (2017) Top 20 Corporate Social Responsibility Initiatives for 2017. Available at: <https://www.smartrecruiters.com/blog/top-20-corporate-social-responsibility-initiatives-for-2017/>
6. Allison Gauss (2018) 6 Socially Responsible Companies to Applaud. Available at: <https://www.classy.org/blog/6-socially-responsible-companies-applaud/>
7. 16 brands doing CSR responsibility successfully (2019) DMI Blog. Available at: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully>
8. Noa Gafni (2020) COVID-19: How companies can support society. Available at: <https://www.weforum.org/agenda/2020/03/coronavirus-and-corporate-social-innovation/>
9. Ukrayins'kyy biznes proty koronavirusu: khto y chym dopomahaye (2020). Available at: https://news.24tv.ua/ukrayinskiy_biznes_proti_koronavirusu_hto_y_chim_dopomagaye_n1309641
10. Robert N. Lussier (2020) Corporate Social Responsibility during the Coronavirus Pandemic: An Interim Overview. *Business and Economic Research*, p. 20.
11. Kulynyak I., Kopets' H., Harasyuk I. (2022) Zakhody zabezpechennya sotsial'noyi reklamno-informatsynoyi kampaniyi u protydyi poshyrennyu pandemiyi COVID-19. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. (36). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-15>
12. Financier Worldwide Magazine (2020) The impact of social entrepreneurship on economic growth. Available at: <https://www.financierworldwide.com/the-impact-of-social-entrepreneurship-on-economic-growth#.Xru9QSRR02x>

SOCIAL RESPONSIBILITY OF PROFIT ORGANIZATIONS

Summary. Millions of social enterprises spread all over the world include new strategies, ideas, and principles that aim to solve the urgent needs of society or prevent typical problems of society (poverty, addictive behavior, uneven distribution of capital, protection of human rights, reduction of environmental degradation, the struggle for civil rights of minorities, etc.). They can no longer wait for action from governments, corporations, etc. Social entrepreneurship is an essential topic for every country because such a business will help solve all the problems that have arisen and are arising in the territories of states. The main difference from a regular business is that profit generation, and distribution is not an end in itself or the primary goal for social entrepreneurship. The activity of a social entrepreneur consists in recognizing a situation when a part of society is limited in its development and eliminating the corresponding restrictions. A social enterprise differs from other enterprises in that, for the former, the social effect is a direct targeted result, not a by-product of the activity. In contrast, social entrepreneurship is an innovative approach through which individuals can solve serious social problems facing their community. The article identifies essential aspects of the development and functioning of the field of social entrepreneurship through the analysis of the activities of successful social enterprises in the world and Ukraine. Enterprises that are socially responsible and promote better living standards have been studied. During the fight against COVID-19, companies that are engaged in helping others and reducing the economic consequences of the global pandemic have been analyzed. Social enterprise is aimed at creating social and economic benefits. With the help of social enterprises, they try to solve problems in those sectors of society and the economy that are not covered by the state or other enterprises and that are not paid enough attention due to the lack of funds, knowledge, skills, or the lack of prospects for obtaining significant economic benefits.

Key words: social entrepreneurship, socially responsible business, COVID-19 pandemic, business strategies, profitable organizations.