

Черніченко В.В.

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
Інститут демографії та досліджень якості життя
імені Михайла Птухи Національної академії наук України
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5098-3680>

Когатько Ю.Л.

кандидат географічних наук, старший науковий співробітник,
Інститут демографії та досліджень якості життя
імені Михайла Птухи Національної академії наук України
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3392-9783>

Бойко В.В.

кандидат економічних наук,
Інститут демографії та досліджень якості життя
імені Михайла Птухи Національної академії наук України
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6399-8926>

Chernichenko Viktor, Kohatko Yurii, Boiko Volodymyr

Mikhailo Ptoukha Institute for Demography and Life Quality
Research of the National Academy of Sciences of Ukraine

ВПЛИВ ІНСТИТУЦІЙНИХ ІНІЦІАТИВ ТА КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПОВЕДІНКОВІ СТРАТЕГІЇ БІДНИХ ДОМОГОСПОДАРСТВ

Стаття присвячена дослідженню сучасної архітектури подолання бідності з позицій поведінкової економіки. Проаналізовано механізми коригування індивідуальних і групових поведінкових стратегій домогосподарств. Основні інструменти – державне регулювання (фіскальна політика, соціальні трансферти), освітні й просвітницькі програми, кампанії на основі підсилювання, цифрові платформи та інтегровані бази даних знижують когнітивне навантаження, долають інерцію короткострокового виживання та сприяють переходу до довгострокового планування й інвестицій у людський капітал. Допоміжну, але важливу роль відіграють громадські ініціативи (фонди «Старенькі», «Життєлюб»), які завдяки ефекту соціального доказу, горизонтальній довірі та формуванню почуття спільності ефективно долають стигму, соціальну ізоляцію й пасивність. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), зокрема програма Project Shakti Unilever, через механізми взаємності, сигналіну та економічної інклюзії забезпечує зростання сімейних доходів на 30–40% уже в перший рік і трансформацію поведінки в бік підприємництва та самостійності. Державні механізми становлять фундаментальну основу системи, тоді як громадські та корпоративні суттєво підсилюють синергетичний ефект, додаючи гнучкості, соціального капіталу та мотиваційних сигналів.

Ключові слова: поведінкові стратегії, бідність, інституційні ініціативи, корпоративна соціальна відповідальність, подолання бідності.

Постановка проблеми. Бідність в Україні залишається однією з найгостріших соціально-економічних проблем, що суттєво впливає на якість життя населення, соціальну стабільність, демографічні процеси та довгостроковий економічний розвиток країни. З початку повномасштабної війни рівень бідності значно зріс порівняно з довоєнним періодом.

Бідність в Україні є неоднорідним явищем, так як значна частина домогосподарств перебуває у стані глибокої структурної залежності від зовнішньої допомоги через похилий вік, інвалідність, тяжкі захворювання

чи втрату працездатності, тоді як більшість зберігає потенціал до зміни поведінкових стратегій, але стикається з потужними поведінковими та інституційними бар'єрами. Ключовою особливістю є поєднання об'єктивних обмежень (безробіття, низька кваліфікація, вимушене переміщення, низька оплата праці) з поведінковими пастками, такими як короткострокова орієнтація на виживання, патерналістські настанови, страх стигматизації, соціальна ізоляція, прокрастинація та високе когнітивне навантаження при взаємодії з державними інституціями.

Актуальність проблеми посилюється тривалим воєнним станом, економічною нестабільністю та ризиками переходу тимчасової вразливості у хронічну бідність, особливо для ВПО та прифронтових громад. Традиційні інструменти соціальної політики (пасивні трансферти) часто недостатньо ефективні для груп із потенціалом змін, тоді як поведінкові інтервенції (підштовхування, зниження когнітивного навантаження, соціальний доказ) залишаються недостатньо інтегрованими в українську практику. Відсутність диференційованого підходу, який чітко розмежує структурно залежні домогосподарств від тих, що чутливі до цілеспрямованих поведінкових впливів, призводить до неефективного використання обмежених ресурсів соціального захисту.

Тому особливо важливим є дослідження ролі інституційних ініціатив (громадських, корпоративних) та корпоративної соціальної відповідальності як механізмів впливу на поведінкові стратегії домогосподарств у стані бідності. Розуміння цих взаємозв'язків необхідне для розробки комплексної, економічно обґрунтованої політики, спрямованої не лише на пом'якшення наслідків бідності, а й на її профілактику, прискорення стійкого виходу з неї та запобігання міжпоколінній передачі бідності в умовах сучасних викликів України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У зарубіжній та вітчизняній літературі накопичено значний теоретичний і емпіричний матеріал щодо феномену бідності та її зв'язку з особливостями поведінки індивідів і домогосподарств. Класичні роботи Деніела Канемана та Амоса Тверського (з 1970-х років) розкривають когнітивні механізми прийняття рішень в умовах невизначеності, обмеженої раціональності та впливу цих факторів на економічні вибори [1]. Дослідження Ельдара Шафіра та Сендхіла Муллайнатана акцентують увагу на тому, як дефіцит ресурсів (часу, грошей, уваги) посилює когнітивні обмеження, сприяє закріпленню бідності та ускладнює її подолання [2].

В українській науці питання поведінкових стратегій домогосподарств аналізували Тетяна Кізіма, Андрій Кізіма та Вікторія Булавінець [3], а специфіку споживчої поведінки в сільській місцевості детально розглянула Надія Лінцова [4].

Попри значний обсяг досліджень у зарубіжній та вітчизняній літературі, присвячених поведінковим аспектам бідності та стратегіям домогосподарств, існує помітна прогалина в аналізі механізмів її подолання з обов'язковим урахуванням як структурних бар'єрів, так і інструментів поведінкової економіки, особливо в умовах тривалого воєнного конфлікту в Україні. Дане дослідження намагається заповнити цей пробіл шляхом наукового обґрунтування громадських та корпоративних механізмів для подолання поведінкових пасток і посилення адаптивності вразливих груп.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значний науковий внесок у вивчення бідності в Україні, існує низка невирішених питань, пов'язаних із недостатнім врахуванням поведінкових аспектів при розробці та оцінці політики боротьби

з бідністю. Більшість досліджень зосереджені на оцінці рівня бідності за доходними показниками та впливі зовнішніх шоків (війна, пандемія, економічна криза), тоді як недостатньо уваги приділено диференціації домогосподарств за чутливістю до поведінкових інтервенцій. Існує пробіл у системному застосуванні поведінкових підходів при вивченні причин закріплення бідності в умовах війни та обґрунтуванні диференційованих каналів впливу для прискорення стійкого виходу з бідності.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в науковому обґрунтуванні ролі інституційних ініціатив та корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) як ефективних допоміжних механізмів впливу на поведінкові стратегії домогосподарств, що опинилися у стані бідності, шляхом аналізу їхньої здатності доповнювати державні інструменти.

Виклад основного матеріалу. Сучасна архітектура подолання бідності ґрунтується на комплексному застосуванні інструментів, що коригують індивідуальні та групові реакції. Пріоритетні механізми впливу на поведінкові стратегії виходу з бідності охоплюють широкий спектр державних, технологічних та суспільних важелів. Зокрема, державне регулювання та нормативні акти через інструменти фіскальної політики та соціальних трансфертів забезпечують нівелювання інерції споживчої поведінки та переорієнтують фокус суб'єктів із короткострокового виживання на довгострокове планування. Ефективність цього процесу підсилюють освітні програми та просвітницькі програми, які через розвиток професійних компетенцій та поширення позитивних соціальних зразків стимулюють інвестиції в людський капітал. Синергетичний ефект забезпечують інформаційні кампанії, що базуються на методах підштовхування, а також цифрові технології та платформи й інтегровані бази даних, які мінімізують когнітивне навантаження на індивіда шляхом автоматизації взаємодії з державними інституціями.

Водночас у системі стимулювання економічної активності вагоме значення мають громадські, корпоративні та інші інституційні ініціативи. Вони виконують роль каталізатора соціальної взаємодії, трансформуючи стан апатії у стратегію активної участі в житті громади через механізм соціального доказу. Завершальним механізмом цієї системи виступає корпоративна соціальна відповідальність, яка через реалізацію цільових програм формує мотиваційну базу для подальшого розвитку та позитивних поведінкових стратегій.

Громадські, корпоративні та інші інституційні ініціативи постає як один із найбільш гнучких механізмів впливу на поведінкові стратегії домогосподарств, які опинилися у стані бідності. У більшості країн розвинутої демократії діє державна політика сприяння розвитку громадянського суспільства. Це зумовлено усвідомленням того, що діяльність інститутів громадянського суспільства відповідає інтересам держави, а саме сприяє зменшенню патерналістських очікувань громадян [5]. Держава офіційно визнає діяльність громадських ініціатив і підтримує їх (наприклад, через меморандуми співпраці чи публічні

кампанії), вона формує для громадян евристику довіри, бо якщо ініціативу підтримує держава, значить вона безпечна і варта участі [6]. Це знижує страх стигматизації серед бідних домогосподарств і підвищує їхню готовність користуватися послугами таких проєктів. Держава може застосовувати принцип поведінкового підштовхування створюючи пільгові умови для бізнесу, який співпрацює з благодійними фондами чи громадськими об'єднаннями, або інтегрувати інформацію про локальні ініціативи в державні цифрові сервіси. На відміну від суто державних програм, громадські ініціативи діють за принципом горизонтальної взаємодопомоги, де ключову роль відіграє довіра та почуття спільності. З точки зору поведінкової економіки, така модель долає когнітивні та емоційні бар'єри як і в попередніх механізмах (страх відмови, стиґму звернення по допомогу чи прокрастинацію, які часто утримують бідні домогосподарства в стані пасивності). Соціальний ефект цього механізму проявляється у формуванні ідентичності на рівні громади, наприклад, участь у волонтерських чи благодійних практиках посилює відчуття «ми – спільнота, яка піклується». Це колективне самовизначення має прямий поведінковий вплив, адже стимулює не лише отримання допомоги, а й готовність долучитися до ініціатив. При цьому ще в 2015 році більше половини українців на безоплатній основі були готові займатися прибиранням та впорядкуванням території за місцем проживання (59,9%), допомагати нужденним сиротам й інвалідам (56,5%) та брати участь в озелененні свого населеного пункту (54,2%) [7] (рис. 1). Люди, які бачать приклади локальної взаємодопомоги, схильні наслідувати ці моделі, збільшуючи загальний рівень соціальної активності. Ефект «соціального доказу» працює тут як сильний підштовхуючий фактор, адже коли домогосподарство спостерігає, що інші отримують підтримку без надмірних процедур, воно легше приймає рішення звернутися по допомогу.

Прикладом функціонування цього механізму в Україні є діяльність благодійного фонду «Старенькі» [8], який із 2017 року підтримує самотніх літніх людей. Фонд мобілізує фінансові та людські ресурси через широку волонтерську мережу та донорську базу, надаючи десятки тисяч

продуктово-побутових наборів у понад 150 населених пунктах. Важливо, що підтримка супроводжується не лише матеріальною допомогою, а й соціальною взаємодією: відвідування, чаювання та просте спілкування створюють у літніх людей відчуття включеності у громаду. У поведінковій перспективі це долає феномен «соціальної ізоляції», який є одним із ключових когнітивних бар'єрів старшого покоління, що посилює відчуття безпорадності та знижує мотивацію до активності. Фонд регулярно забезпечує продуктів, господарські, теплі набори та засоби гігієни для самотніх літніх людей з низькими пенсіями. Це допомагає їм покривати базові потреби, розвантажує їхній бюджет і дає можливість спрямувати обмежені ресурси на інші важливі витрати, наприклад, медикаменти чи оплату комунальних послуг. Завдяки цьому зменшується тиск фінансових труднощів, що знижує ризик вдаватися до ризикових поведінкових стратегій виживання (обмеження в найнеобхідніших продуктах харчування, медикаментах). Діяльність таких організацій змінює поведінкову динаміку ширших груп населення. Волонтери, які долучаються до подібних фондів, отримують позитивне підкріплення у вигляді соціального схвалення та емоційного задоволення від допомоги іншим. Це посилює їхню готовність інвестувати час і ресурси у подальші громадські ініціативи, створюючи ефект «самопідтримуючого кола довіри». З державної перспективи, цей процес має важливий економічний вимір, так як громадські ініціативи частково допомагають функції соціального забезпечення.

Механізм сприяння громадським ініціативам виявляє свою силу саме як інструмент поведінкової економіки, коли домогосподарства, що опинилися в стані бідності, отримують допомогу не через урядову бюрократію, а через мережу організацій-партнерів. Прикладом є діяльність благодійного фонду «Життєлюб» [9]. Підтримка бізнесів-партнерів фонду зменшує когнітивне навантаження як на волонтерів, так і на сам фонд. Коли ресторан, донор або перевізник бере на себе логістику, ресурси або фінансування, фонд може зосередитися на організації зустрічей, обідів, навчальних заходів, а не на пошуку коштів або менеджменті операцій. В даному випадку громадській іні-

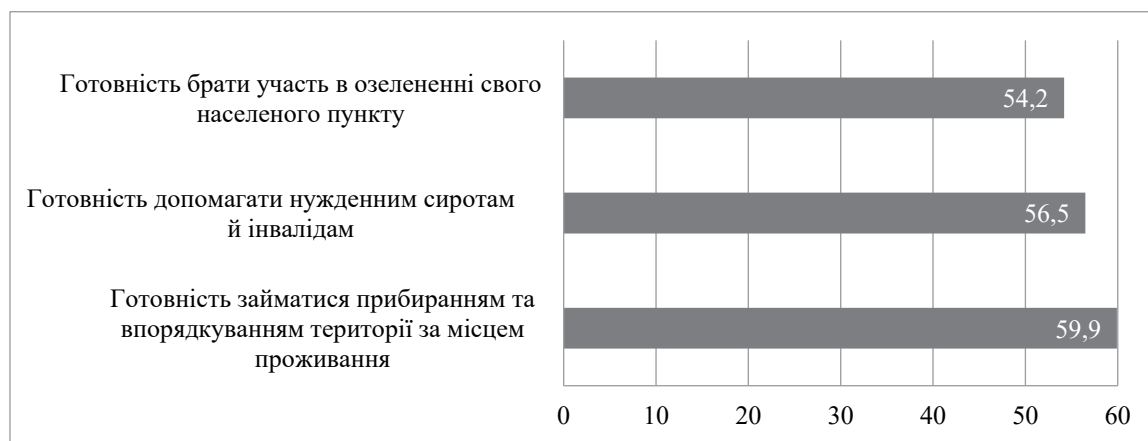


Рис. 1. Готовність населення України до участі у волонтерських та благодійних практиках в 2015 році, %

Джерело: [7]

ціативі сприяє навіть не держава, а партнери з бізнесу. При цьому кількість даних ініціатив з кожним роком зростає, враховуючи потребу у відновленні країни загалом [10].

Корпоративна соціальна відповідальність у дослідженнях поведінкової економіки розглядається як важливий інституційний механізм, що дозволяє поєднати економічні інтереси бізнесу із суспільною користю. Йдеться про програми, у межах яких компанії здійснюють підтримку громадських організацій, інвестують у навчальні проекти, впроваджують «соціальні» товари або залучаються до локальних ініціатив, спрямованих на зниження вразливості населення. У цьому випадку спрацює механізм взаємності: домогосподарства, які отримують безпосередні вигоди від таких програм, формують підвищену лояльність до бренду. Одночасно діє ефект сигналіngu, адже участь компанії у соціальних проектах сприймається як поведінковий сигнал надійності та довгострокової орієнтації на добробут громади. Це зміцнює інституційну довіру та підсилює соціальний капітал, що є критично важливими факторами для подолання бідності. Особливе значення цей механізм набуває для домогосподарств, які відносяться до категорії довготривало бідних. Для них механізм виступає не лише як додаткове джерело ресурсів чи можливість доступу до навчання, а й як чинник формування нових поведінкових стратегій, орієнтованих на довіру та використання нових соціально-економічних можливостей. У цьому контексті корпоративні соціальні ініціативи не замінюють державну політику, а доповнюють її, створюючи ефект взаємодоповнення, що сприяє підвищенню рівня адаптивності домогосподарств у стані стійкої бідності.

Опитування, проведене дослідницькою компанією Factum Group Ukraine [11] для 494 респондентів з різних міст України, показує, що 62% респондентів у віці від 18 до 55 років зазначають надзвичайну важливість того, щоб компанія бренд під час воєнного стану в Україні підтримував Збройні Сили України; 54% – щоб бізнес у цей час здійснював підтримку населення (незахищених верств/переселенців через продовольство та ліки) [12] (рис. 2).

За тим же дослідженням результати демонструють, що 53% – щоб бренд висловлював свою позицію стосовно воєнного стану в Україні через заяви та контент; 62% – щоб бізнес виконував свої зобов'язання перед бюджетом України (сплачуючи податки та відрахування під час воєнного стану), а 66% – щоб бізнес у воєнний час підтримував співробітників (через практичну турботу про персонал, релокацію, збереження робочих місць і т.д.).

Світові тренди вказують на прямий зв'язок соціальної відповідальності та репутації компаній. Як засвідчили результати дослідження 2019 Global RepTrak [13], провідна роль факторів управління та корпоративної культури і громадянського суспільства складають 15,1% і 14,2% у діловій репутації відповідно. Поряд із цим, вплив фактору умов праці за рік підвищилась на 0,4% та зараз складає 11,2% корпоративної репутації. Таким чином, загальний внесок основних факторів КСВ у формування репутації компанії складає 40,5% [14].

Корпоративна соціальна відповідальність виступає ефективним механізмом трансформації поведінкових стратегій домогосподарств, що перебувають у стані



Рис. 2. Частка населення, яка вважає надзвичайно важливим, щоб компанія підтримувала різні соціальні ініціативи, %

Джерело: [12]

бідності. Прикладом є програма Project Shakti компанії Unilever (Hindustan Unilever Limited) в Індії, запущена у 2001 році [15] і яка продовжує активно працювати станом на тепер, що є одним із найяскравіших прикладів того, як корпоративна соціальна відповідальність може системно впливати на поведінкові стратегії виходу з бідності та запобігання потраплянню до неї. Ініціатива спрямована на економічні можливості сільських жінок у віддалених і бідних регіонах Індії. Учасниці стають мікропідприємцями і продають продукти гігієни, харчування та побутової хімії Unilever безпосередньо в своїх селах, досягаючи домогосподарств, до яких не доходять традиційні канали торгівлі. Механізм впливу починається з негайних вигод і взаємності. Жінки отримують стартовий набір товарів на кредитній основі, безкоштовне навчання продажам, маркетингу, базовій фінансовій грамотності, лідерству та цифровим інструментам (включаючи ШІ-рекомендації в додатку Shikhar). Уже на початковому етапі мають дохід, що для багатьох сімей стає першим стабільним додатковим джерелом грошей. Ця реальна вигода запускає потужний ефект взаємності, так як учасниці відчують вдячність і відповідальність за надану можливість, тому активно вкладають зусилля, розширюють клієнтську мережу, збільшують обсяги продажів і поступово перетворюють мікробізнес на стійке джерело доходу. Водночас Unilever через програму посилає чіткий сигнал надійності та стабільності, великий бізнес інвестує в бідні громади понад 24 роки, надаючи не разову допомогу, а інструменти для самостійного заробітку. Це суттєво знижує недовіру, страх невдачі та ефект статус-кво, характерні для середовища, де люди звикли до короткострокових подачок чи сезонної праці. Жінки починають сприймати підприємництво як досягну, відносно безпечну та соціально схваловану стратегію, а не як ризикований крок. У результаті відбувається глибока зміна поведінкових установок і стратегій. Домогосподарства переходять від пасивного виживання, залежності від сільського господарства, сезонних робіт чи допомоги родичів, до активної економічної діяльності. Короткострокова орієнтація поступається середньо- та довгостроковому плануванню, адже учасниці розширюють асортимент, залучають помічників, інвестують заощадження в освіту дітей, покращення житла чи відкриття власних невеликих крамниць. Успішні жінки стають місцевими ролевими моделями, що створює ефект поширення прогресивних стратегій у громаді через соціальний доказ і моделювання поведінки.

Масштаб програми дозволяє робити об'єктивні висновки щодо її важливості, тому що це понад 200 000 активних учасниць у 22 штатах Індії [15]. Середній ріст сімейного доходу становить 30–40% уже в перший рік. Програма також значно покращує доступ до засобів гігієни та харчування, зменшуючи дитяче недоїдання та хвороби. Багато учасниць спрямовують додатковий дохід на освіту дітей, будівництво будинків, купівлю землі чи відкриття власних крамниць. Поведінковий ефект проявляється як у прямому виході з бідності, так і в профілактиці її відтворення. Програма переводить домогосподарства з рівня виживання на рівень економічної самостійності, формує звичку до

підприємництва, фінансового планування та накопичення ресурсів. Жінки переходять від ролі залежних до ролі годувальниць і лідерок у громаді.

Щодо України, то вплив інституційних ініціатив та корпоративної соціальної відповідальності на поведінкові стратегії бідних домогосподарств виходить далеко за межі локальної допомоги, набуваючи системного значення для підвищення резильєнтності українського суспільства в контексті якості життя [16, 17]. Активізація адаптивних поведінкових стратегій сприяє не лише індивідуальному виходу з бідності, а й посиленню загальної стійкості соціально-економічної системи до зовнішніх шоків [18, 19]. Тим більше, що внаслідок повномасштабної війни сталося значне зниження фактичного розміру доходів, зростання нерівності та частки зuboжilих домогосподарств [20].

Домогосподарства суттєво відрізняються за можливістю впливу на їхні поведінкові стратегії залежно від поєднання структурних обмежень і наявних ресурсів. Частина з них перебуває у стані повної або майже повної залежності від зовнішньої підтримки (через похилий вік, інвалідність чи тяжкі захворювання), що об'єктивно звужує простір для активних економічних рішень і робить інструменти поведінкового впливу малоефективними. Натомість домогосподарства працездатного віку без критичних обмежень, навіть якщо вони є бідними або перебувають у зоні ризику, зберігають значний потенціал до зміни стратегій зайнятості, інвестування у людський капітал, заощаджень і трудової мобільності [21]. Саме для цієї групи вплив інституційних ініціатив та корпоративної соціальної відповідальності на поведінкові стратегії бідних домогосподарств може бути особливо результативним. Поведінкові інтервенції, реалізовані через громадські та корпоративні механізми, здатні зменшити когнітивне навантаження, подолати страх стигматизації та стимулювати перехід від стратегій виживання до активних адаптивних стратегій.

Висновки. Сучасна архітектура подолання бідності базується на комплексному застосуванні механізмів, серед яких пріоритетне місце посідають державне регулювання та нормативні акти, освітні та просвітницькі програми, інформаційні кампанії, цифрові технології та платформи, а також використання інтегрованих баз даних. Саме ці інструменти створюють фундаментальну основу для зниження когнітивного навантаження, переорієнтації з короткострокового виживання на довгострокове планування та системного формування нових поведінкових стратегій домогосподарств.

Громадські, корпоративні та інші ініціативи, а також корпоративна соціальна відповідальність відіграють важливу, але допоміжну роль. Вони не є основними важелями зміни поведінки, проте суттєво підсилюють ефект основних механізмів, додаючи гнучкості, соціального капіталу та мотиваційних сигналів.

Громадські ініціативи (наприклад, фонди «Старенькі» та «Життєлюб») ефективно працюють на локальному рівні завдяки горизонтальній довірі, ефекту соціального доказу та формуванню почуття

спільності. Вони допомагають долати страх стигматизації, соціальну ізоляцію та пасивність, залучаючи людей до взаємодопомоги та поступово підвищуючи їхню активність. Однак їхній масштаб і сталість обмежені порівняно з державними інструментами.

Корпоративна соціальна відповідальність доповнює систему через створення додаткових можливостей (економічна інклюзія, навчання, підтримка вразливих груп) та потужний сигнал надійності й взаємності.

Приклад програми Project Shakti компанії Unilever показує, як корпоративні ініціативи можуть сприяти зростанню доходів домогосподарств на 30–40% у перший рік і запускати перехід до підприємницьких поведінкових стратегій. Водночас в Україні високі суспільні очікування щодо даного механізму (зокрема, підтримка незахищених верств, співробітників, сплата податків) роблять його важливим елементом соціальної згуртованості в умовах війни.

Список літератури:

1. Kahneman D., Tversky A. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*. 1979. Т. 47, № 2. С. 263. URL: <https://doi.org/10.2307/1914185> (дата звернення: 24.02.2026).
2. Mullainathan S., Shafir E. Scarcity: Why Having Too Little Means So Much – New York : Times Books, 2013. 304 p
3. Кізіма Т., Булавінець В., Кізіма А. Фінансова поведінка домогосподарств у контексті розвитку поведінкових фінансів. *Економічний аналіз*. 2022. Том 32. № 4. С. 152–164. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2022.04.152>
4. Лінцова Н. Споживання в стилі життя мешканців сіл : дис. канд. соціол. наук : 22.00.04. Інститут соціології НАН України. Київ, 2021. URL: https://isnasu.org.ua/assets/files/specrada/LintsovaCand/dis_lintsova-ny_pdf.pdf (дата звернення: 22.12.2025).
5. Дем'яненко, О. О. Державна політика сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні. *Університетські наукові записки*, 2019. № 18(4 (72)), с. 27–37. DOI: <https://doi.org/10.37491/UNZ.72.3>
6. Громадянське суспільство України: політика сприяння та залучення, виклики та трансформації : аналіз. доп. / Яблонський В. М., Бекешкіна І. Е., Гелетій М. М. та ін.; за заг. ред. О. А. Корнієвського, Ю. А. Тищенко, В. М. Яблонського. Київ : НІСД, 2019. 112 с. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-12/dopov_gromad-suspilstvo_druk_04_12_2019.pdf (дата звернення: 28.01.2026).
7. Місцеві ініціативи та залучення громадськості до здійснення місцевого самоврядування. Навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування /Карий О.І., Панас Я.В. Асоціація міст України. Київ: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ»», 2015. 176 с. URL: <https://auc.org.ua/sites/default/files/library/6misiniweb.pdf> (дата звернення: 09.03.2026).
8. Starenki – Благодійна Організація. Starenki – Благодійна Організація. URL: <https://starenki.com.ua/> (дата звернення: 08.02.2026)..
9. Про фонд – Життєлюб. Життєлюб. URL: <https://enjoyinglife.org.ua/pro-fond/> (дата звернення: 26.01.2026).
10. Дослідження ініціатив у сфері повоєнного відновлення. Ініціатива «Єднання». Київ, 2023. URL: https://ednannia.ua/images/Master_version_UKR_Rebuilding.pdf (дата звернення: 04.03.2026).
11. Результати опитування щодо соціальної відповідальності бізнесу в умовах війни. Factum Group Ukraine. URL: <http://surl.li/xeiwom> (дата звернення: 04.03.2026).
12. Богомаз О. Аналіз сучасних тенденцій корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні в умовах глобальних викликів. *Сталій розвиток економіки*. 2025. № 4(51). С. 396–402. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-51-55>
13. Global RepTrak 100 (Reputation Institut): URL: <https://www.reputationinstitute.com/about-ri/press-release/reputation-institute-says-its-reputation-judgement-day-2019-global-reptrakr> (дата звернення: 07.02.2026).
14. Чупріна М. О., Жалдак Г. П. Світові тренди у сфері корпоративної соціальної відповідальності. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.11.87>
15. Unilever PLC. AI and digital tools empowering women micro-entrepreneurs | Unilever. Unilever. URL: <https://unilever.com/news/news-search/2025/how-ai-and-digital-tools-are-empowering-women-microentrepreneurs/> (дата звернення: 21.02.2026).
16. Інституційне забезпечення резильєнтності економіки України : монографія / за ред. Е. М. Лібанової ; авт. колектив. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2025. 424 с.
17. Інструменти забезпечення резильєнтності українського суспільства : монографія / за ред. Е. М. Лібанової ; авт. колектив. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2025. 372 с.
18. Consumer behaviour of ukrainian households: factors, strategies, changes under the influence of war / G. Lopushnyak et al. *Financial and credit activity problems of theory and practice*. 2025. Vol. 1, no. 60. P. 522–542. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptr.1.60.2025.4645>
19. Поведінкові стратегії домогосподарств у контексті якості життя: монографія / Л. Черенько та ін. Київ : Ін-т демографії та проблем якості життя НАН України, 2025. 316 с. URL: https://www.demography.org.ua/wp-content/uploads/2025/05/Монографія_поведінкові_стратегії_фінал.pdf (дата звернення: 01.12.2025).
20. Шишкін В. Зміни рівня та структури доходів домогосподарств України під впливом повномасштабної війни. *Економіка та суспільство*. 2024. № 62. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-166>
21. Когатько Ю., Полякова С. Домогосподарства з різною ймовірністю виходу зі стану бідності: структурні обмеження та канали впливу на поведінкові стратегії. *Економіка та суспільство*. 2026. № 83. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-83-76>

References:

1. Kahneman D., Tversky A. (1979) Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, vol. 47, no. 2, pp. 263–291. DOI: <https://doi.org/10.2307/1914185>
2. Mullainathan S., Shafir E. (2013) *Scarcity: Why Having Too Little Means So Much*. New York: Times Books, 304 p.
3. Kizyma T., Bulavynets V., Kizyma A. (2022) Finansova povedinka domohospodarstv u konteksti rozvytku povedinkovykh finansiv [Financial behavior of households in the context of behavioral finance development]. *Ekonomichnyi analiz*, vol. 32, no. 4, pp. 152–164. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2022.04.152>
4. Lintsova N. (2021) Spozhyvannia v styli zhyttia meshkantsiv sil: dys. kand. sotsiol. nauk [Consumption in the lifestyle of rural residents: PhD thesis in sociology]: 22.00.04 / Instytut sotsiologii NAN Ukrainy. Kyiv. Available at: https://isnasu.org.ua/assets/files/specrada/LintsovaCand/dis_-lintsova-ny_pdf.pdf (accessed 22.12.2025). (in Ukrainian)
5. Demianenko O. O. (2019) Derzhavna polityka spryannia rozvytku hromadianskoho suspilstva v Ukraini [State policy for promoting civil society development in Ukraine]. *Universytetski naukovy zapysky*, vol. 18, no. 4 (72), pp. 27–37. DOI: <https://doi.org/10.37491/UNZ.72.3>
6. Yablonskyi V. M., Bekeshkina I. E., Heletii M. M. et al. (2019) Hromadianske suspilstvo Ukrainy: polityka spryannia ta zaluchennia, vykylyky ta transformatsii: analitychna dopovid [Civil society of Ukraine: policy of support and engagement, challenges and transformations: analytical report] / za zah. red. O. A. Korniiievskoho, Yu. A. Tyshchenko, V. M. Yablonskoho. Kyiv: NISD. 112 p. Available at: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-12/dopov_gromad-suspilstvo_druk_04_12_2019.pdf (accessed 28.01.2026). (in Ukrainian)
7. Karyi O. I., Panas Ya. V. (2015) Mistsevi initsiatyvy ta zaluchennia hromadskosti do zdiisnennia mistsevoho samovriaduvannia: navchalnyi posibnyk [Local initiatives and public involvement in local self-government: training manual]. Asotsiatsiia mist Ukrainy. Kyiv: TOV “PIDPRYIEMSTVO “VI EN EI”, 176 p. Available at: <https://www.auc.org.ua/sites/default/files/library/6misiniweb.pdf> (accessed 9.03.2026). (in Ukrainian)
8. Starenki – Blahodiina Orhanizatsiia [Starenki – Charity Organization]. Available at: <https://starenki.com.ua/> (accessed 08.02.2026).
9. Zhyttieliub. Pro fond [About the foundation]. Available at: <https://enjoyinglife.org.ua/pro-fond/> (accessed 26.01.2026).
10. Doslidzhennia initsiatyv u sferi povoiennoho vidnovlennia [Study of initiatives in the field of post-war recovery]. Initsiatyva “Yednannia”. Kyiv. (2023). Available at: https://ednannia.ua/images/Master_version_UKR_Rebuilding.pdf (accessed 04.03.2026). (in Ukrainian)
11. Rezultaty opytuvannia shchodo sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v umovakh viiny [Survey results on corporate social responsibility during wartime]. Factum Group Ukraine. Available at: <http://surl.li/xeiwom> (accessed 04.03.2026). (in Ukrainian)
12. Bohomaz O. (2025) Analiz suchasnykh tendentsii korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini v umovakh hlobalnykh vykylykiv [Analysis of current trends in corporate social responsibility in Ukraine under global challenges]. *Stalyi rozvytok ekonomiky*, no. 4(51), pp. 396–402. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-51-55>
13. Global RepTrak 100 (Reputation Institute). Available at: <https://www.reputationinstitute.com/about-ri/press-release/reputation-institute-says-its-reputation-judgement-day-2019-global-reprtrak> (accessed 07.02.2026).
14. Chuprina M. O., Zhaldak H. P. (2020) Svitovi trendy u sferi korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti [Global trends in corporate social responsibility]. *Efektivna ekonomika*, no. 11. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.11.87>
15. Unilever PLC. AI and digital tools empowering women micro-entrepreneurs. Available at: <https://unilever.com/news/news-search/2025/how-ai-and-digital-tools-are-empowering-women-microentrepreneurs/> (accessed 21.02.2026).
16. Libanova E. M. (eds.) (2025) Instytutsiine zabezpechennia rezyliientnosti ekonomiky Ukrainy: monohrafiia [Institutional support for the resilience of Ukraine’s economy: monograph]. Kharkiv: FOP Liburkina L. M., 424 p. (in Ukrainian)
17. Libanova E. M. (eds.) (2025) Instrumenty zabezpechennia rezyliientnosti ukrainskoho suspilstva: monohrafiia [Tools for ensuring the resilience of Ukrainian society: monograph]. Kharkiv: FOP Liburkina L. M., 372 p. (in Ukrainian).
18. Lopushnyak G. et al. (2025) Consumer behaviour of Ukrainian households: factors, strategies, changes under the influence of war. *Financial and credit activity problems of theory and practice*, vol. 1, no. 60, pp. 522–542. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptop.1.60.2025.4645>
19. Cherenko L. et al. (2025) Povedinkovi stratehii domohospodarstv u konteksti yakosti zhyttia: monohrafiia [Behavioral strategies of households in the context of quality of life: monograph]. Kyiv: Instytut demografii ta problem yakosti zhyttia NAN Ukrainy, 316 p. Available at: https://www.demography.org.ua/wp-content/uploads/2025/05/Монографія_поведінкові_стратегії_фінал.pdf (accessed 01.12.2025). (in Ukrainian)
20. Shyshkin V. (2024) Zminy rivnia ta struktury dokhodiv domohospodarstv Ukrainy pid vplyvom povnomashtabnoi viiny [Changes in the level and structure of household incomes in Ukraine under the influence of full-scale war]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 62. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-166>
21. Kohatko Yu., Poliakova S. (2026) Domohospodarstva z riznoiu ymovirnistiu vykhodu zi stanu bidnosti: strukturni obmezhenia ta kanaly vplyvu na povedinkovi stratehii [Households with different probabilities of exiting poverty: structural constraints and channels for influencing behavioral strategies]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 83. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-83-76>

THE IMPACT OF INSTITUTIONAL INITIATIVES AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON THE BEHAVIORAL STRATEGIES OF POOR HOUSEHOLDS

The article examines the modern architecture of poverty alleviation through the lens of behavioral economics, focusing on mechanisms for correcting individual and group behavioral strategies among households experiencing poverty. A comprehensive framework is proposed that integrates state, technological, and societal instruments aimed at shifting behavior from short-term survival strategies toward long-term planning and investment in human capital. The core role is played by state regulation through fiscal policy and social transfers, which help mitigate consumption inertia and reorient households toward sustainable economic horizons. These measures are reinforced by educational and awareness programs that develop professional competencies and promote positive social models. An important complementary effect is generated by behavioral tools, including nudge-based information campaigns, digital platforms, and integrated databases that simplify interactions with public institutions, reduce cognitive load, and minimize decision fatigue and administrative barriers. While state and digital mechanisms form the institutional foundation, community initiatives and corporate social responsibility (CSR) significantly enhance system effectiveness. Ukrainian charitable foundations, such as “Starenki” and “Zhyttieliub”, illustrate the role of horizontal solidarity, trust, and social inclusion in overcoming behavioral barriers, including stigma, social isolation, and avoidance of assistance. Empirical evidence demonstrates a high level of civic engagement, confirming the importance of social norms and collective identity in shaping pro-social behavior. CSR functions as an institutional bridge aligning business objectives with societal needs through support for vulnerable groups, education, and inclusive development. It activates behavioral mechanisms such as reciprocity, signaling, and trust formation, which are critical for overcoming poverty traps. International experience, particularly Unilever’s Project Shakti, demonstrates the effectiveness of empowering vulnerable groups through entrepreneurship, leading to income growth, improved well-being, and the diffusion of successful behavioral models. The study concludes that the synergy of state policy, behavioral interventions, digitalization, community engagement, and CSR creates a resilient system for reducing poverty, overcoming cognitive and structural barriers, and fostering long-term economic inclusion and resilience in the context of contemporary challenges.

Key words: behavioural strategies, poverty, institutional initiatives, corporate social responsibility, poverty alleviation.

Дата надходження статті: 19.03.2026

Дата прийняття статті: 09.04.2026

Дата публікації статті: 29.05.2026