

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕС-ОСВІТИ
ІМЕНІ АНАТОЛІЯ ПОРУЧНИКА**

КАФЕДРА ІННОВАЦІЙНИХ БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЙ

**ЗАГАЛЬНОУНІВЕРСИТЕТСЬКА СТУДЕНТСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ**

**«ПРІОРИТЕТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ
В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ»**

(м. Київ, 28 квітня 2023 р.)



**КИЇВ
КНЕУ-2023**

УДК 330.341.1(06)

П 68

Організаційний комітет:

проф. Столярчук Я. М. - завідувачка кафедри міжнародної економіки
проф. Баранов А.Л. – завідувач кафедри Інноваційних бізнес-технологій Навчально-наукового інституту бізнес-освіти імені Анатолія Поручника
проф. Куліш Г.П. – кафедра корпоративних фінансів і контролінгу
доц. Москалюк Н.П. – кафедра міжнародної економіки
доц. Козачок Т.С. – кафедра міжнародного менеджменту
(Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана)

*Редколегія може не поділяти погляди, викладені у збірнику.
Автори тез доповідей несуть відповідальність за їхній зміст*

Пріоритети сталого розвитку в умовах інноваційної економіки: зб. матеріалів
П 68 Загальноуніверситетської студентської наук.-практ. конф. [Електронний ресурс],
28 квітня 2023 р., м. Київ. – Київ: КНЕУ, 2023. – 177 с.
ISBN 978-966-926-438-1

У збірнику подано тези доповідей магістрантів Навчально-наукового інституту бізнес-освіти імені Анатолія Поручника, Кафедра інноваційних бізнес-технологій, студентів факультету міжнародної економіки і менеджменту, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

УДК 330.341.1(06)

*Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ заборонено*

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПІДХОДИ ТА ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	7
Чібісова Т.Ю. CORPORATE RESPONSIBILITY IN THE MARKETING ACTIVITY OF A PHARMACEUTICAL COMPANY	7
Семенюк О.В. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПІДХОДИ ТА ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	12
Ляшенко О.А. ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ	15
Yefimenko O.O. DIRECTIONS OF DIGITALIZATION OF MEDICAL ORGANIZATIONS IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 4.0	17
Кишко О.А. ПРІОРИТЕТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ "КОРОБКА»)	20
Захарченко М.М. ПРІОРИТЕТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	23
Тищенко М.С. КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНІСТІ ПІДПРИЄМСТВ-ВИРОБНИКІВ ЧАВУННОГО ЛИТВА	25
Мандрик Н.Я. СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИКА БЕЗПЛОТНИКІВ	29
Єпанчінцева О.А. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ІНСТИТУТУ СЕРЦЯ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	32
Проценко І.В. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПІДХОДИ ТА ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ (НА ПРИКЛАДІ ПрАТ «МХП»)	34
Сахаров А.М. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МЕДИЧНОГО ЦЕНТРУ «АСІСТАНС СЕРВІС» В УМОВАХ ВИКЛИКІВ ВОЄННОГО СТАНУ	37
Гічунц А.А. СОЦІАЛЬНА КОРПОРАТИВНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПІДХОДИ ТА ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ (на прикладі компанії ТОВ «МЕТІНВЕСТ ІНЖИНІРИНГ»)	39
Поляков В.Ю.	42

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПІДХОДИ ТА ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ (на прикладі ТОВ «Ландпресс»)	
Фесенко О.В.	46
ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ДЕРЖАВНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЧЕТВЕРТОЇ ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ	
Сімонов П.А.	48
СВІТОВІ ПРІОРИТЕТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Пругло В.В.	52
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПІДХОДИ ТА ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Solomatina O.	55
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT	
Іщук В.О.	58
ПОЗИЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПРИ ФОРМУВАННІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ КЛІНІЧНОГО ІНСТИТУТУ СИСТЕМИ НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ МЕДИЧНИХ НАУК УКРАЇНИ	
Макарова О.В.	61
ПРІОРИТЕТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ	
Костилев О.	64
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICES IN UKRAINIAN CONSTRUCTION MARKET AND ITS CORRELATION WITH SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS	
Левченко В.І.	67
ПРИНЦИПИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В ПОЛІТИЦІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ	
Осіян О.	70
ЩОДО УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ	
Леута Н.О.	75
ПРІОРИТЕТНІ ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПАТ «ФАРМАК»	
Омельченко О.В.	78
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: ПІДХОДИ ТА ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Klymenko L.	82
DETERMINANTS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS	
Явдошук А.Є.	85
СОЦІАЛЬНІ, ЕТИЧНІ ТА ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ/ІВ	
Бондарєв Г.Г.	88
МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ В ПРИВАТНОМУ	

МЕДИЧНОМУ ЗАКЛАДІ	
Дринь Я.О.	91
НОВІ ПІДХОДИ ДО КСВ: СТВОРЕННЯ НОВИХ ЦІННОСТЕЙ КОМПАНІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ	
Головань Н.Б.	93
ЦИФРОВІЗАЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ	
Філоненко В.М.	96
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ	
Мінова Л.В.	99
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МЕДИЧНИМ ЗАКЛАДОМ НА ЗАСАДАХ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	
Бабенко В.В., Ярош В.О.	103
КЛЮЧОВІ НАПРЯМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ESG-ПРИНЦИПІВ У ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ	
Marchenko K.	105
SOCIAL RESPONSIBILITY: APPROACHES AND CHALLENGES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT	
Кузьменко О.М.	107
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ІНЖИНІРИНГОВОЇ КОМПАНІЇ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	
Степанець В.В.	110
ІМПАКТ ІНВЕСТУВАННЯ ЯК КОНЦЕПТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	
Донцов Б.І.	113
СТАНДАРТИЗАЦІЯ МЕДИЧНИХ ЛАБОРАТОРІЙ ЯК НАПРЯМОК РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	
Логінова М.В.	116
ТРЕНДИ РИНКУ HoYuCa ТА ФАКТОРИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ БІЗНЕСУ НА РИНКУ КАВ'ЯРЕНЬ	
Половинко І.Ю.	119
КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ БУДІВНИЦТВА	
Rozumenko T.	122
THE ROLE OF WOMEN IN THE MODERN ECONOMY AND THEIR IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY	
Шильнікова А.М.	125
УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ	
Напрієнко М.В.	130
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЕНЕРГЕТИКИ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ АГРЕСІЇ В РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ В УКРАЇНУ	

РОЗДІЛ 2. ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	133
Ковальчук Ю.І.	133
КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	
Циліорик В.Д.	136
ФОРМУВАННЯ БОРГОВОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВАМИ, ЯК ОСНОВА ЇХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Цернюк М.В., Купцов М.В.,Кобець С. В.	139
УМОВИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ УКРАЇНСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ У ПОВОЄННИЙ ЧАС	
Литвиненко Г.Є.	143
ВИКОРИСТАННЯ CSR ТА CSV В СУЧАСНИХ БІЗНЕС- МОДЕЛЯХ	
Гершкул І.І.	147
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ІРО	
Валько Я.І.	151
ІНВЕСТУВАННЯ В ЗЕЛЕНІ ТЕХНОЛОГІЇ: ПЕРЕВАГИ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТОРІВ	
Перебудов Г.В.	155
ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ ПІДПРИЄМСТВА ED-TECH	
Денісова М.О.	157
ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЕТАПІ ЙОГО СТВОРЕННЯ	
Mietolkin V.	161
DIGITAL TRANSFORMATION OF THE COMPANY: A STRATEGIC APPROACH TO SALES AND MARKETING	
Мухлиніна О.О.	163
ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТОВ «АСТАРТА-КІЇВ»	
Іваськів Ю.М.	166
ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	
Абисова І.К.	169
ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ОСББ	
Болохонов Д.А.	175
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БАНКУ В УМОВАХ ВІЙНИ	

РОЗДІЛ 1. ГЛОБАЛЬНІ ІМПЕРАТИВИ ЗЕЛЕНОГО РОЗВИТКУ: ВИКЛИКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Чібісова Т.Ю.

(ННІБО ім. А.Поручника, магістрант)

**CORPORATE RESPONSIBILITY IN THE MARKETING ACTIVITY OF
A PHARMACEUTICAL COMPANY**

Corporate responsibility refers to the ethical, social, and environmental responsibilities that a company has towards its stakeholders, including customers, employees, shareholders, and the community at large. In the context of marketing, corporate responsibility involves ensuring that a company's marketing activities are ethical, truthful, and socially responsible. Through marketing, companies create awareness about their products and services, build brand identity, and communicate their values and mission. However, marketing activities can also be misleading or manipulative, leading to unethical practices that harm consumers and society.

Therefore, companies should ensure that their marketing activities are responsible and aligned with their corporate social responsibility (CSR) goals. Here are some ways in which a company can ensure corporate responsibility in its marketing activities:

- Truthful and transparent communication [1]: the marketing messages should be truthful, accurate, and not misleading.
- Ethical advertising [2]: there should be no deceptive or manipulative advertising practices, such as false claims, bait-and-switch tactics, or emotional appeals that exploit consumers' fears or insecurities.
- Socially responsible branding: Companies' brand identity and marketing messages should align with their CSR goals and values. There should be no negative stereotypes or offensive content in promotion, marketing materials should be inclusive and respectful of diversity.
- Environmental sustainability [3]: Companies should consider the environmental impact of their marketing activities, such as the use of packaging materials, energy consumption, or carbon emissions.

- Community engagement [4]: Companies must engage with the communities where they operate and ensure that their marketing activities contribute to their well-being. They should avoid exploiting local resources or cultural heritage and support local initiatives that promote social and economic development.

Corporate responsibility in the marketing activity of a pharmaceutical company is a critical area of concern, as the healthcare industry plays a vital role in society. The industry has a responsibility to ensure that its marketing practices are ethical and responsible, considering the potential impact on patient health and wellbeing. Herewith below there are some key findings regarding corporate responsibility in pharmaceutical marketing:

- Compliance with regulatory requirements regarding the products' promotion [5].
- Transparency in information sharing: the information about the products should be accurate and complete [6].
- Responsible advertising practices mean no usage of misleading or deceptive advertising practices that could negatively impact patient health and safety [7].
- Patient safety and welfare should be prioritized over a company's own financial interests when engaging in marketing activities [8].
- Social responsibility of pharmaceutical companies ensuring that their products are affordable, accessible, and available to all who need them [9].

Corporate responsibility in the marketing activity of a pharmaceutical company is an essential aspect of sustainable development. The United Nations has identified **17 Sustainable Development Goals (SDGs)** [10] that provide a framework for businesses to contribute to sustainable development. These goals provide a framework for companies to align their business strategies with the global agenda for sustainable development and contribute to creating a better world for all.

Here are some ways in which companies, including pharmaceutical ones can incorporate corporate responsibility into their marketing activities in the context of the 17 SDGs:

1. No Poverty: Companies can promote products or services that help alleviate poverty, such as microfinance or affordable healthcare. They can also support local communities through employment and social initiatives.
2. Zero Hunger: Companies can support food banks and other hunger-relief programs.
3. Good Health and Well-being: Pharmaceutical companies can promote their products in a responsible manner that prioritizes patient safety and welfare over financial interests. They can also support initiatives that promote access to healthcare and affordable medicines.
4. Quality Education: Pharmaceutical companies can provide healthcare professionals with accurate and complete information about their products to support informed decision-making.
5. Gender Equality: Pharmaceutical companies can ensure that their marketing activities are gender-sensitive and do not perpetuate gender stereotypes.
6. Clean Water and Sanitation: Companies can reduce their water consumption and promote access to clean water and sanitation in the communities where they operate.
7. Affordable and Clean Energy: Companies can promote renewable energy and reduce their carbon footprint through energy-efficient practices.
8. Decent Work and Economic Growth: Pharmaceutical companies can create job opportunities and support economic growth through research and development, manufacturing, and distribution of medicines.
9. Industry, Innovation and Infrastructure: Pharmaceutical companies can invest in research and development to create innovative medicines that address unmet medical needs.
10. Reduced Inequalities: Pharmaceutical companies can prioritize access to medicines for vulnerable populations, including those in low-income countries. They support initiatives that reduce inequalities, such as access to education and healthcare.

11. Sustainable Cities and Communities: Companies can support sustainable urban development and reduce their impact on the environment through sustainable practices in their operations and supply chains.
12. Responsible Consumption and Production: Pharmaceutical companies can minimize their environmental impact through sustainable manufacturing practices and reducing waste.
13. Climate Action: Companies can reduce their greenhouse gas emissions and support initiatives that mitigate and adapt to climate change, such as renewable energy or carbon offset programs.
14. Life Below Water: Companies can promote ocean conservation and reduce their impact on marine ecosystems, such as through sustainable fishing practices or reducing plastic waste.
15. Life on Land: Companies can promote biodiversity conservation and reduce their impact on ecosystems, such as through sustainable forestry or reducing deforestation.
16. Peace, Justice and Strong Institutions: Companies can promote transparency, accountability, and respect for human rights in their operations and supply chains. They can also support initiatives that promote peace and justice, such as conflict resolution or anti-corruption programs.
17. Partnerships for the Goals: Pharmaceutical companies can collaborate with other stakeholders, including governments and non-governmental organizations, to address global health challenges.

In conclusion, corporate responsibility in marketing activities is a powerful tool for companies to support the SDGs and contribute to creating a more sustainable and equitable world. By aligning their business strategies with the global agenda for sustainable development, companies can enhance their reputation, build brand loyalty, and create long-term value for their stakeholders. Pharmaceutical companies can contribute to achieving the 17 SDGs by prioritizing patient safety and welfare, supporting access to healthcare and affordable medicines, investing in research and

development, reducing their environmental impact, and collaborating with other stakeholders.

REFERENCES:

1. R. Laczniak and Patrick E. Murphy. Normative Perspectives for Ethical and Socially Responsible Marketing Gene. *Journal of Macromarketing*, Vol. 26 No. 2, December 2006. P.154-177. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/epdf/10.1177/0276146706290924> (reference date: 11.04.2023).
2. Ken Peattie, Sue Peattie. Social marketing: A pathway to consumption reduction? *Journal of Business Research*. Elsevier. Volume 62. Issue 2. P. 260-268, February 2009. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296308000489?via%3Dihub> (reference date: 11.04.2023).
3. Novera Ansar. Going green: The Impact of Green Marketing On Consumer Purchase Intention. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. Volume 4, No.11. October 2013. P. 365-380. URL: <https://www.richtmann.org/journal/index.php/mjss/article/view/1352> (reference date: 11.04.2023).
4. Sen Sankar, C.B. Bhattacharya, C. B. Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility. *Journal of marketing research*. Volume 38. Issue 2. 2001. P. 225-243. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1509/jmkr.38.2.225.18838> (reference date: 11.04.2023).
5. Freek Fickweiler, Ward Fickweiler, Ewout Urbach. Interactions between physicians and the pharmaceutical industry generally and sales representatives specifically and their association with physicians' attitudes and prescribing habits: a systematic review. *BMJ Open*. 2017. Septemeber 27;7(9). URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28963287/> (reference date: 11.04.2023).
6. William B. Feldman, M.D., D.Phil., M.P.H., Benjamin N. Rome, M.D., Jerry Avorn, M.D., and Aaron S. Kesselheim, M.D., J.D., M.P.H. The need for transparency in drug pricing. *New England Journal of Medicine*. February 11, 2021. P. 489-491. URL: <https://www.nejm.org/doi/10.1056/NEJMp2033734> (reference date: 12.04.2023).
7. Nilan T. Jacob. Drug promotion practices: A review. *British Journal of Clinical Pharmacology*. Volume 84. Issue 8. August 2018. P. 1659-1667. URL: <https://bpspubs.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/bcp.13513> (reference date: 12.04.2023).
8. Donald Light, W., Joel Lexchin, Jonathan J. Darrow. Institutional corruption of pharmaceuticals and the myth of safe and effective drugs. *The Journal of law, medicine and ethics*. September 2013, 41(3). P. 590-600. URL: https://www.researchgate.net/publication/257309170_Institutional_Corruption_of_Pharmaceuticals_and_the_Myth_of_Safe_and_Effective_Drugs (reference date: 12.04.2023).

9. Gagnon, M. A., Lexchin, J. The cost of pushing pills: A new estimate of pharmaceutical promotion expenditures in the United States. *PLoS Medicine*. January 2008, 5(1), e1. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/18177202/> (reference date: 12.04.2023).
10. Sustainable Development Goals. United Nations. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/> (reference date: 12.04.2023).

Семенюк О.В.
магістрант

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПІДХОДИ ТА ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Поговоримо про соціальну відповідальність на прикладі компанії "ПРЕДСТАВНИЦТВО "ЯДРАН - ГАЛЕНСЬКА ЛАБОРАТОРІЯ Д.Д." надалі JGL.

JGL - це міжнародна фармацевтична компанія, сфокусована на розробці та виробництві лікарських засобів для лікування захворювань органів чуття. JGL є лідером у використанні корисних властивостей морської води в оздоровчих цілях.

На сьогоднішній день у портфелі JGL є понад 300 власних препаратів: брендovаних дженерикових рецептурних та безрецептурних препаратів, препаратів на основі натуральної сировини, біологічно активних добавок, виробів медичного призначення та дерматологічної косметики. JGL спеціалізується також і на виробництві стерильних розчинів (очні краплі, спрей та краплі для носа) та пробіотичних препаратів. Ключовий бренд компанії – Аква Маріс. Також відомими продуктами компанії є: Вагісан, Драміна, Ріномаріс, Meralys, Prolife, Normia, Vagilac, Vitalia, Adrience, Holyplant та інші.

Після двадцяти років існування JGL зараз експортує власну продукцію на 24 ринку.

Слід зазначити, що в наш час ефективність фармацевтичного бізнесу, вимагає врахуванню також свого соціального внеску. Необхідним є забезпечення балансу між фінансово-економічними та соціальними цілями компанії. Соціальна відповідальність бізнесу узгоджується зі сталим розвитком

та добробутом суспільства; зважає на очікування зацікавлених осіб, представників громадянського суспільства; гармонує з чинним законодавством, узгоджена з міжнародними нормами та правилами поведінки; інтегрована у взаємовідносини з організаціями та наявними практиками суспільного розвитку. Концепція соціальної відповідальності має на меті, з одного боку, спрямувати підприємницьку діяльність на забезпечення сталого розвитку конкретного суспільства та людства, з другого — формувати позитивну суспільну думку про бізнес, про якість та безпеку продукції (послуг), що, своєю чергою, сприяє зростанню обсягів продажів, збільшує прибутки. Цей вклад впливає також на бренд компанії як роботодавця, сприяючи залученню кадрів.

Насамперед JGL Хорватська компанія і всі соціальні програми реалізовані по-різному у країнах присутності представництв.

Поговоримо про спільні напрямки соціальної відповідальності:

Права людини:

У компанії на рівні корпоративного стандарту обговорюються питання прав людини. Засуджується будь-яка дискримінація прав людини і захищається право на повагу до гідності, право на недоторканність особистого життя.

Проведення днів донорства:

Забезпечення достатніх запасів безпечної крові повинно бути невід'ємною частиною національної політики та інфраструктури охорони здоров'я в кожній країні. Усвідомлюючи важливість даних заходів JGL регулярно проводять заходи з організації збору донорської крові.

Пропаганда вакцинації та здорового образу життя:

JGL є активним учасником пропаганди важливості вакцинації та превентивної медицини. Розповсюджуючи інформацію як через сторінки в соцмережах, на сайті, через фармацевтичні форуми і конференції. Актуальність даної теми ще більше постає у період сезонних захворювань

Компанія підтримує здоровий спосіб життя та залучає працівників до спортивних заходів і марафонів, пропонує добровільне медичне страхування працівникам та членам їхніх родин.

Благодійна діяльність:

Як працівники медичної сфери ми опікуємося постачанням медичних препаратів для соціально уразливих груп населення на регулярній основі через благодійні фонди.

Дотримання компанією стандартів соціальної відповідальності допомогли і в скрутні часи для України організувати поставки медикаментів до лікарень і ВСУ, своєчасно подбати про евакуацію співробітників і населення. Компанією були запропоновані і підтримані співробітниками всі ініціативи «волонтерського руху» в якому всі разом долучались до підтримки ВСУ.

Виклики сталого розвитку фармацевтичного бізнесу в умовах воєнного часу полягають у підвищенні вимог до якості та кількості медичних препаратів, а також у забезпеченні доступу до них за доступними цінами. Для забезпечення безпечної та стійкої поставки медичних препаратів було прийнято рішення частково логістичні затрати і ризики пошкодження препаратів покласти на відповідальність компанії і тим самим не підвищувати ціни на медичні препарати.

У сучасних умовах соціальна відповідальність стає все більш важливою для бізнесу, особливо в умовах воєнного часу. В контексті фармацевтичної галузі в Україні, питання соціальної відповідальності стає дуже актуальним через високу потребу в медичних препаратах та ліках.

Список літератури:

1. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / [А. М. Колот, О. А. Грішнова, О. О. Герасименко та ін.] ; за заг. ред. д.е.н., проф. А. М. Колота. — К. : КНЕУ, 2015.
2. Корпоративна соціальна відповідальність: теорія та практика в Україні / За ред. Т. І. Харченко. – К.: КНЕУ, 2012.
3. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: практика, тенденції, виклики: монографія / За ред. Л. В. Шаргородської, О. В. Рябко. – К.: КНЕУ, 2018.

Ляшенко О.А.
здобувач вищої освіти на програмі
«Бізнес-адміністрування (у галузі охорони здоров'я)»
ННІБО ім. А. Поручника КНЕУ ім. В. Гетьмана
магістрант

ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ

Соціальна відповідальність є однією з ключових цінностей більшості сучасних організацій, включаючи медичні заклади. Це означає, що такі організації не тільки забезпечують якісні медичні послуги своїм пацієнтам, але й дбають про добробут та благополуччя спільнот, у яких вони діють. У сучасному світі, де цифрові технології швидко розвиваються, медичні заклади можуть використовувати цифрові інструменти для забезпечення соціально-відповідальної діяльності. В даній роботі буде розглянуто, які основні цифрові інструменти вже було або планується використати медичним закладом, що спеціалізуються на педіатрії, для забезпечення соціально-відповідальної діяльності [4].

Розглядаючи базові складові соціально відповідальної практики медичних установ слід наголосити на їх основних компонентах: зменшення випадків зловживань, управління відходами, захист культурного розмаїття, підтримка місцевих громад. Найчастіше у зв'язку із цим згадуються практики установ охорони здоров'я щодо популяризації здорового способу життя, профілактики захворювань і травм, виявлення та запобігання поширенню інфекційним захворюванням. За допомогою сучасних цифрових технологій реалізація соціально-відповідальної діяльності медичного закладу частково перемістилась в онлайн простір [1].

Першим цифровим інструментом, який може застосовуватись, та активно використовується Медичним закладом, є соціальні медіа. Соціальні медіа – це потужний інструмент комунікації, який активно використовується

для спілкування зі спільнотою та поширення інформації щодо соціально-відповідальної діяльності медичного закладу. Наш медичний заклад використовує даний інструмент для популяризації програм здоров'я та профілактики, а також для спілкування зі спільнотою та роз'яснення їм важливих питань щодо медицини та здоров'я.

Другим цифровим інструментом широкого застосування в медичному секторі є онлайн-платформи для медичної допомоги та консультування [3]. Зокрема, в квітні 2022 року Медичний заклад впровадив щотижневі онлайн-зустрічі з пацієнтами за для допомоги під час війни та підтримки пацієнтів онлайн. Такий формат спілкування допоміг пацієнтам в отриманні корисної медичної інформації відносно дітей та дорослих, зокрема, в період, коли отримати офлайн консультацію лікаря було неможливо. Завдяки цифровим можливостям за 2022 рік вдалось провести більше 40 освітніх онлайн зустрічей, зокрема для вагітних жінок та батьків з дітьми дошкільного віку. Це дало змогу надати безкоштовну медичну та психологічну допомогу цільовій аудиторії, яка найбільше потребувала її.

У заключенні, хотілось би додати - використання цифрових інструментів може значно поліпшити соціально-відповідальну діяльність медичного закладу. Ці інструменти допомагають забезпечити більш ефективне та індивідуальне лікування для пацієнтів, зменшити час очікування на прийом, мати змогу активного впровадження телемедицини та освітніх проектів, забезпечити доступність медичних послуг та покращити загальну якість медичного обслуговування.

Отже, використання цифрових інструментів є важливим елементом соціально-відповідальної діяльності для будь якого медичного закладу. Ці інструменти допомагають забезпечити більш ефективне та індивідуальне лікування для пацієнтів, зменшити час очікування на прийом, забезпечити доступність медичних послуг та покращити загальну якість медичного обслуговування [2]. При використанні цих інструментів медичні заклади повинні дотримуватися норм та правил з охорони конфіденційності медичної

інформації та забезпечити доступність цих інструментів для всіх груп населення. Однак, важливо зазначити, що цифрові інструменти не можуть замінити повноцінного контакту між лікарем та пацієнтом. Комунікація та спілкування є важливим елементом медичної практики, тому медичні заклади повинні забезпечувати належний рівень контакту з пацієнтами, як і в традиційній медичній практиці.

У підсумку, цифрові інструменти мають великий потенціал у забезпеченні соціально-відповідальної діяльності медичного закладу. Однак, важливо забезпечити надійність та безпеку цифрових систем та доступність цих інструментів для всіх груп населення. Медичні заклади мають розглядати цифрові інструменти як доповнення до традиційної медичної практики, а не як її заміну.

Список літератури:

1. The Need for Corporate Accountability in Healthcare Organizations [Електронний ресурс] / 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://healthcaremba.gwu.edu/blog/need-corporate-accountability-healthcare-organizations/>.
2. World Health Organization. eHealth at WHO // World Health Organization, Geneva, 2018.
3. Waseh S., Dicker A. P. Telemedicine Training in Low-Resource Settings: A Systematic Review // Telemedicine and e-Health, vol. 20, no. 10, 2014, pp. 945-956.
4. Wagner T. H., Baker L. C., Bundorf M. K. et al. The Impact of Health Information Technology Adoption by Outpatient Facilities on Pregnancy Outcomes // Health Services Research, vol. 51, no. 5, 2016, pp. 2006-2025.

A.V.Osokina (Associate Professor of the Department of Management of KNEU named after V. Hetman)

O.O. Yefimenko (ESIBE named after A. Poruchnik of KNEU named after V. Hetman, master's student)

DIRECTIONS OF DIGITALIZATION OF MEDICAL ORGANIZATIONS IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 4.0

The innovative development of all spheres of human life is under the influence of Industry 4.0, accompanied by the accelerated introduction of the following technologies: IIoT platforms, cyber security, Big Data analytics, artificial intelligence (AI), cobots, 3D printing, blockchain, augmented and virtual reality, and others. In the field of health care, the development of the Industry 4.0 concept is presented by Health 4.0, which reflects the use of the latest technologies to provide patients with better, better, and more effective medical services. Health 4.0 also increases the efficiency, innovation, and effectiveness of the entire industry. Health 4.0 completely changes the business model of healthcare in order to improve the interaction between patients, doctors, other stakeholders, medical infrastructure and the value chain [1]. Health 4.0 has several directions MedTech, BioTech and Digital Health (HealthTech).

One of the key directions of Health 4.0 is Digital Health, the essence of which is the use of information and communication technologies in the field of medicine to improve human health, timely predict and prevent threats to the body, and fight diseases. Digital Health has a wide range of applications and includes the use of wearables, mobile health (mHealth), health information technologies and telemedicine. In general, Digital Health provides prevention and monitoring of human health, but does not deal with treatment.

Medtech, in turn, is used to diagnose problems, care for patients, treat and improve human health. Basically, this direction of medical technologies is focused on diagnosis and treatment, not on prevention, therefore it is used by doctors for better treatment within the hospital and mainly in the format of devices and tools. Medtech is represented by well-known instruments and devices: thermometers, laser surgery, prostheses, inhalers, MRI, etc. Its essence is to create effective tools for faster and more accurate diagnosis of diseases and conducting safer and more effective operations.

BioTech is a technology formed on the basis of biology, that is, living organisms and biological processes are used in the creation of biotechnology. In the field of health care, a new medicine is created with the help of this technology, and its influence on the

human body is determined with the help of forecasting and experiments; it is based on information about cells, genetic testing and artificial tissue growth. The field of BioTech is strictly regulated and regulated; before entering the market, the technology must undergo numerous clinical trials. This is due to the fact that biotechnological drugs can have an unexpected long-term effect, but mainly due to the fact that their side effects can be fatal [3].

Telemedicine has become one of the important areas of use of the digital transformation of healthcare. It includes the digitization of medical records, appointments, remote treatment, self-checking of symptoms, and the creation of reports on the results of patient treatment. This is actually a completely new format of interaction between the patient and the doctor, which consists in the provision of medical services using computer technologies and digital means of communication for this purpose.

The next technology of Digital Health, wearables, is a miniature device that can be used to remotely monitor biosignals of the human body in real time. With the help of these devices, one of the types of telemedicine is carried out - telemonitoring, since wearable devices through IIoT provide doctors with access to the medical data of their patients. The high value of this innovation lies in the possibility of prodiagnosing the disease even before the symptoms appear, which will make it possible to make a more accurate forecast of the onset of the disease and its possible course in the future. According to the method of application, devices are distinguished among wearables: those that are worn directly on the human body, for example, smart watches, electronics embedded in clothing, plasters; devices implanted in the body, for example, pacemakers; Also, devices are being developed that can be taken inside a person, such as non-digestible sensors. It should also be mentioned about mHealth - this is the use of mobile devices in the field of medicine, that is, it is a variety of mobile applications that help monitor one's health and record data about one's condition [4].

Telemedicine technologies will be expediently implemented in Ukraine at the state level. Remote patient consultation is an important tool for providing the necessary professional medical care to people during the war who cannot, for various reasons,

visit a doctor on their own. Also, about 70% of consultations do not require the physical presence of the patient at all. In general, the advantages of telemedicine can be considered a reduction in the number of hospitalizations and deaths, as well as timely assistance in correcting the treatment system of patients with chronic diseases, saving time and resources for a physical visit to a doctor, especially in rural areas [5]. At the same time, during the war, this is an opportunity to urgently receive the necessary help, once again without exposing both patients and medical workers to the additional danger associated with constant shelling in combat zones and rocket attacks in any populated areas of Ukraine. If we are talking about the spread of an epidemic or a pandemic, then telemedicine helps to reduce the risk of virus infection for both the doctor and the patient.

List of references:

1. National Strategy of Industry 4.0: Project for the Cabinet of Ministers of Ukraine. URL: <https://mautic.appau.org.ua/asset/40:strategia-rozvitku-4-0-v3-korotkadocx> (access date : 12.04.2023)
2. Cyber-physical systems as the basis for the intellectualization of "smart" enterprises. Meytus V.Yu. Management systems and computers. 2019. № 4. p. 14– 26.
3. Jameela Al-Jaroodi, Nader Mohamed, Eman Abukhousa Health. 4.0: On the Way to Realizing the Healthcare of the Future. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8675545/> (access date: 10.04.2023)
4. MedTech vs HealthTech vs BioTech: What Are The Differences? URL: <https://www.ideamotive.co/blog/medtech-vs-healthtech-vs-biotech-what-are-the-differences> (access date: 13.04.2023).
5. Vladzimirsky A. V. Telemedicine in the system of management and organization of health care: education. manual Donetsk: "Digital Printing" LLC, 2012. 468 p.

Кишко О.А.

(ННІБО ім. А. Поручника, магістрант)

**ПРІОРИТЕТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ
ЕКОНОМІКИ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ "КОРОБКА»)**

У сучасному світі інновації та сталий розвиток стають все більш актуальними та необхідними для досягнення успіху в бізнесі. Компанії, які успішно реалізують інновації та забезпечують сталий розвиток, мають переваги перед конкурентами і забезпечують своє майбутнє [1]. Розглянемо пріоритети сталого розвитку на прикладі компанії ТОВ "Коробка", яка займається виробництвом картону та картонної тари, а також наповнювачів з деревини та паперу. Компанія ТОВ "Коробка" є однією з провідних у своїй галузі та має стабільну ринкову позицію. Для досягнення сталого розвитку та забезпечення конкурентоспроможності необхідно розглядати поточний стан компанії та визначати можливі напрямки її розвитку.

Одним з основних показників успішності компанії є прибуток. На даний момент компанія має стабільний прибуток, але його рівень можна підвищити шляхом впровадження нових технологій та методів виробництва. Наприклад, використання відновлюваної енергії може знизити витрати на електроенергію та покращити екологічну ситуацію в регіоні.

Зокрема, компанія ТОВ "Коробка" працює над зменшенням викидів CO₂ за допомогою впровадження енергоефективних технологій та використання екологічно чистих матеріалів у виробництві. Крім того, компанія активно працює над оптимізацією логістики та виробничих процесів з метою зменшення енерговитрат та покращення якості продукції.

Однією з головних проблем, яку вирішує компанія ТОВ "Коробка", є зменшення відходів та використання вторинних ресурсів у виробництві. Зокрема, в компанії використовують технологію рециклінгу відходів паперу та картону з метою повторного використання матеріалів у виробництві нової продукції [2]. Крім того, компанія активно працює над розробкою та впровадженням екологічно чистих матеріалів та технологій виробництва, що дозволяє зменшити негативний вплив на довкілля та зберегти природні ресурси.

У контексті інноваційної економіки, компанія ТОВ "Коробка" також активно працює над впровадженням цифрових технологій у свої виробничі та логістичні процеси. Зокрема, в компанії використовуються системи автоматизованого

управління виробництвом, електронний документообіг, системи моніторингу якості продукції та інші цифрові рішення, що дозволяють оптимізувати виробничі процеси, зменшити час виробництва та покращити якість продукції.

ТОВ "Коробка" працює над тим, щоб знизити вплив своєї діяльності на довкілля. Компанія вже впровадила декілька екологічно чистих технологій, таких як використання відновлюваних джерел енергії, утилізація відходів та вторинна переробка відходів. Також, в компанії запроваджено систему управління середовищем ISO 14001 [3], що дозволяє забезпечити високий рівень охорони навколишнього середовища та запобігти можливим негативним наслідкам від їх діяльності.

Крім того, ТОВ "Коробка" активно долучається до соціально-відповідальних проектів в місцевій громаді. Компанія підтримує місцеві школи та дитячі садки, сприяє розвитку спортивних та культурних заходів. Всі ці проекти є частиною стратегії компанії зі сталого розвитку та демонструють її зобов'язання створити більш стале майбутнє для місцевої громади та середовища загалом.

Таким чином, можна зробити висновок, що ТОВ "Коробка" є прикладом успішної компанії, яка поєднує в собі інноваційний підхід зі сталістю та соціальною відповідальністю [4]. Її стратегія забезпечує збалансований підхід до розвитку, що забезпечує не лише успіх компанії, але й благополуччя місцевої громади та захист довкілля.

Список літератури:

1. Sustainable Development in the 21st Century with Ban Ki-moon: an online non-credit course authorized by Yonsei University and offered through Coursera. Issued May 2020. Credential ID 3JJAHYDF4GSE
2. Frantzeskaki N, Loorbach D, Meadowcroft J (2012) Governing societal transitions to sustainability. International Journal of Sustainable Development 15(1):19-36.
3. Сертифікація ISO. ISO 14001: https://iso-certify.com/ua/iso-14001/?gclid=Cj0KCQjwi46iBhDyARIsAE3nVraJBa9Xr_IDmst-

ZpA5LCPC41x6brnm8mQbiSQ7BgCLteWflpmK0YQaAvyIEALw_wcB (дата звернення 22.04.2023)

4. Independent Group of Scientists appointed by the Secretary-General, *Global Sustainable Development Report 2019: The Future Is Now – Science for Achieving Sustainable Development*, (United Nations, New York, 2019).

Захарченко М.М.
(ННІБО ім. А.Поручника, магістрант)

ПРІОРИТЕТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Соціальна відповідальність - це поняття, яке описує відносини між бізнесом та суспільством, що базуються на принципах сталого розвитку. Підприємство повинно розуміти свою відповідальність перед середовищем, у якому воно діє, і приймати відповідні рішення, що сприяють забезпеченню екологічної та соціальної стійкості в довгостроковій перспективі.

Умови сталого розвитку - це такі умови, коли забезпечується задоволення потреб сучасного покоління без погіршення умов життя майбутніх поколінь. У цьому контексті, соціальна відповідальність передбачає забезпечення безпечного та здорового середовища проживання, увагу до прав працівників та партнерів, а також підтримку соціальних проектів та благодійність.

У контексті корпоративного управління, соціальна відповідальність може бути викладена в стратегії компанії, що містить політики і програми, пов'язані зі сталим розвитком. Компанії можуть приділяти увагу екологічній діяльності, соціальній підтримці громади, розвитку робочих місць в малонаселених регіонах тощо.

В кінцевому рахунку, соціальна відповідальність - це не лише підвищення репутації компанії, але й важлива частина сталого розвитку суспільства в цілому.

Сталий розвиток є важливою метою для багатьох компаній, оскільки він дозволяє забезпечити успішне функціонування бізнесу в майбутньому, зберігаючи природні ресурси та сприяючи збереженню екосистеми. Ось деякі шляхи забезпечення сталого розвитку:

1. Екологічна орієнтація: компанії повинні приділяти увагу зниженню впливу своєї діяльності на довкілля, зокрема, зниження викидів та використання енергетичних ресурсів.

2. Соціальна відповідальність: компанії повинні враховувати вплив своєї діяльності на суспільство та розвивати програми корпоративної соціальної відповідальності.

3. Розвиток нових технологій: компанії повинні вкладати у розробку технологій, що зменшують вплив на довкілля та забезпечують більш ефективне використання ресурсів.

4. Управління ризиками: компанії повинні ретельно аналізувати можливі ризики, що пов'язані зі здійсненням їхньої діяльності, та розробляти стратегії зменшення цих ризиків.

5. Розвиток зеленого мислення: компанії повинні працювати зі своїми працівниками, клієнтами та іншими зацікавленими сторонами, щоб поширити зелене мислення та взаємодію між стейкхолдерами.

6. Підвищення ефективності використання ресурсів: компанії повинні зосередитися на оптимізації використання ресурсів, зокрема енергії та води, щоб зменшити витрати та сприяти сталому розвитку

Напрями забезпечення сталого розвитку в Україні:

1. Розвиток відновлюваної енергетики. Необхідно інвестувати в енергоефективність та використання відновлюваних джерел енергії, таких як сонце, вітер, вода, біомаса. Це дозволить зменшити залежність від імпорту енергії та зменшити викиди шкідливих речовин в атмосферу.

2. Захист навколишнього середовища. Україна повинна створити систему захисту навколишнього середовища та регулювання викидів шкідливих речовин у повітря, ґрунт та воду. Крім того, можна сприяти збільшенню зелених насаджень та збереженню природних ресурсів.

3. Розвиток економіки, що базується на знаннях. Україна повинна розвивати високотехнологічні галузі, такі як інформаційні технології,

біотехнології, нові матеріали та інші, що дозволить підвищити конкурентоспроможність та зменшити залежність від сировини.

4. Соціальна відповідальність бізнесу. Компанії повинні враховувати вплив своєї діяльності на соціальну та природну середу, та сприяти покращенню соціально-економічних умов у тих регіонах, де вони працюють.

5. Розвиток туризму. Україна може розвивати туризм як галузь, яка приносить доходи та сприяє розвитку малого та середнього бізнесу. При цьому необхідно зберігати культурно-історичну спадщину та зберігати навколишнє середовище.

Висновок. Орієнтація України на сталий розвиток є важливим завданням для забезпечення її довгострокової стабільності та процвітання. Для досягнення цієї мети необхідно вирішувати ряд проблем, таких як зменшення забруднення довкілля, збільшення використання відновлюваних джерел енергії, покращення якості життя людей та забезпечення їхньої соціальної захищеності.

Список літератури:

1. Освітні пріоритети в цілях сталого розвитку ООН до 2030 року: досвід України. *Міжнародний науковий вісник*. URL: <http://visnyk-international.uzhnu.edu.ua/article/view/260120> (дата звернення: 29.06.2022).
2. Стратегічні пріоритети сталого розвитку легкої промисловості регіонів країни. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/12013> (дата звернення: 22.04.2023).

М.С. Тищенко
ННІБО ім. А.Поручника,
магістрант

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ-ВИРОБНИКІВ ЧАВУННОГО ЛИТВА

Бізнес-діяльність, заснована на соціальній відповідальності, є добровільним процесом, що ставить за мету дотримання високих стандартів як у виробничій, так і операційній діяльності, мінімізацію впливу на навколишнє середовище,

кропітку роботу з працівниками, відповідність соціальним стандартам. Виконання цих умов дає змогу сформувати лояльні взаємовідносини між державою, соціумом та бізнесом, а також максимізувати прибутковість бізнесу і покращити результати його діяльності в перспективі на майбутнє [1]. Рівноважна взаємодія економічної, соціальної та екологічної систем разом з їх самовідтворюваністю та ауторегуляцією вкладається в поняття “сталий розвиток” [4, с.11]. Погляди сталого розвитку підприємницької діяльності мають безпосередній вплив на кожного, незалежно від виду зайнятості, посади, статі, релігії чи статусу в суспільстві [5, с.8].

Корпоративна соціальна відповідальність є широким спектром дій та стратегій, які впливають на розвиток підприємств у нестабільному оточенні та насиченому конкуренцією ринку. Це механізм, який дозволяє компаніям здійснювати позитивний вплив на громадськість та навколишнє середовище, забезпечуючи при цьому сталість та ефективність бізнесу [7, с.302]. Компанії мають створити сприятливу корпоративну атмосферу відповідно вимогам сталого інноваційного розвитку [6, 108-109]. Сучасна взаємодія між природою та людиною перетворилась на надмірне використання ресурсів, що має негативні наслідки для нашої планети. Замість того, щоб працювати над власними проблемами, людина зосереджується на впливі на навколишнє середовище. Тому, свідоме екологічне споживання та соціальна відповідальність підприємств - це необхідні вимоги нашого часу. Коли бізнес розвивається, його дії повинні бути націлені на задоволення потреб споживачів, захист навколишнього середовища та враховування інтересів суспільства в цілому [2, с.90-91].

Розглянемо альтернативні методи реалізації корпоративної соціальної відповідальності в компаніях, які займаються виробництвом чавунних виробів. Успіх будь-якої компанії залежить від внеску її співробітників та їх задоволеності роботою. Важливо забезпечити безпеку на робочому місці працівників ливарного підприємства та надати засоби захисту, обладнання для оптимізації роботи. Постійний розвиток та навчання персоналу є необхідним. Підприємство повинно інвестувати в нові технології та навчати співробітників роботі з ними. Це

приведе до зростання залученості співробітників, зниження виробничого травматизму та покращення конкурентоспроможності підприємства. Допомога територіальній громаді, де знаходиться підприємство, може також позитивно вплинути на залученість співробітників.

Ливарні підприємства можуть виявити свою громадську відповідальність через благодійні дії, що охоплюють різноманітні напрямки. Серед таких можливостей - надання матеріальної підтримки та допомоги у вирішенні потреб (наприклад, організація збору коштів на медичне лікування) працівників підприємства, проведення благодійних заходів, спрямованих на покращення благоустрою територіальної громади, дії, спрямовані на навчальні процеси (наприклад, організація екскурсій школярів на виробництво) та інші ініціативи, спрямовані на досягнення блага суспільства.

Екологічний аспект виготовлення чавунного литва є досить вагомим, оскільки необхідно видаляти залишки відпрацьованих газів, очищувати стічні води, ефективно утилізувати тверді відходи виробництва. Крім того, слід зазначити, що виробництво чавуну є найбільш енергоємним процесом в чорній металургії [3, с.386]. Можна розглянути використання альтернативних джерел енергії, таких як сонячні батареї, для енергопостачання окремих частин підприємства. Впровадження енергозберігаючих технологій виробництва чавунного литва може допомогти значно скоротити витрати на енергоносії та електроенергію. Крім того, ливарні підприємства дотримуються стандартів щодо очищення газових відходів та стічних вод. Запропоновано зміцнити цю практику, виділивши кошти на очищення водойм, куди стікають відпрацьовані відходи. Очищення річок позитивно позначиться на розвитку екосистеми, покращенні утилізації шкідливих речовин, що залишились після фільтрації, а також на благоустрої міста.

Ефективне збільшення прибутку підприємства не тільки забезпечує створення нових робочих місць для місцевого населення, але й дозволяє підприємствам відповідати на внутрішні та зовнішні потреби ринку. Важливим аспектом є постійне інформування громади про діяльність підприємств.

Підприємство повинно бути активно присутнім у своїй громаді та відображати свою діяльність як взірець для інших підприємств.

Список літератури:

1. Розпорядження Кабінету міністрів України від 24 січня 2020 р. № 66-р Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text> (Дата звернення 16.04.2023).
2. Гусєва О.Ю., Воскобоева О.В., Хлевицька Т.Б. Соціальна відповідальність бізнесу: навчальний посібник. К.: Державний університет телекомунікацій, 2020. 222 с.
3. Литво. Металургія. 2021: Матеріали XVII Міжнародної науково-практичної конференції (18-20 травня 2021 р., м. Запоріжжя) / Під заг. ред. д.т.н., проф. Пономаренко О.І. – Запоріжжя, АА Тандем, 2021. 430с.
4. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність: Навч. Посібник. К.: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.
5. Петрашко Л.П., Мартинюк О.В. Європейські бізнес-практики корпоративної соціальної відповідальності: кейси [Електронний ресурс] практикум. К.: КНЕУ, 2019. 239с.
6. Прушківський В.Г., Литовка В.А. (2020). КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИХ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ. Економічний простір, (164), 106-111. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/164-28> (Дата звернення 16.04.2023).
7. Хорольський В.П. Моделювання корпоративної соціальної відповідальності підприємств гірничо-металургійного комплексу / В. П. Хорольський, Ю. М. Бурлакова // Вісник Криворізького національного університету, 2014. Вип. 36., с.302-306. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vktu_2014_36_71 (Дата звернення 16.04.2023).

Мандрик Н.Я.

ННІБО ім.Поручника, магістрант

СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИКА БЕЗПІЛОТНИКІВ

Обсяг світового ринку безпілотних літальних апаратів (БЛА) у 2023 р. становитиме 67,3 мільярда доларів за інформацією американського тижневика "Авіейшн уїк енд спейс технолоджі"[1] із посиланням на аналітиків компанії "Форкаст інтернешнл" [2]. ТОВ «Укрспецсистемс» заснована в 2014 році. На той момент в українській армії не було безпілотників, які б відповідали сучасним вимогам. Безпілотники іноземних компаній були надто дорогими (\$500 тис. і вище). Крім того, ввезти їх в Україну було технічно неможливо через складні митні обмеження. Як тільки ТОВ «Укрспецсистемс» досконально вивчили цю проблему, вони відразу почали власне виробництво дронів. Частково запозичивши функції різноманітних розважальних дронів і квадрокоптерів і підтримуючи тісний зв'язок з українськими військовими експертами, компанії врешті вдалося завершити розробку і серійне виробництво першого власного безпілотного літального апарату [3]. Крім того, ТОВ «Укрспецсистемс» розробили для нього додаткові функції та доповнення. Він складався з гіростабілізованої платформи (щоб робити фотографії та відео чіткими та не хиткими), а також наземного центру керування, щоб зробити керування польотом більш професійним [4]. Незабаром після цього БПЛА виробництва ТОВ «Укрспецсистемс» довели свою ефективність і міцну конструкцію під час виконання різноманітних місій у реальній обстановці суворої експлуатації в польових умовах.

ТОВ «Укрспецсистемс» є постачальником літальних апаратів більш ніж 20-ти країнам світу та одним з найбільших експортерів у даній сфері з 2013 року.

Технології на місці не стоять, разом із ними компанія теж рухається вперед. Сьогодні продукція представлена в країнах Близького Сходу та на інших континентах. Але основна робота націлена на внутрішній ринок, насамперед у військовому та цивільному секторі.

До 23.02.2022 компанія базувалася у місті Києві, проте з початку бойових дій, втратила частину активів та ресурсів у зв'язку із влучання уламка ракети, а як наслідок пожежі у виробничому приміщенні. Тому перед керівництвом постало одразу декілька проблем: безпека майна підприємства та відновлення виробництва; безпека працівників та їх сімей; втрата працівників у зв'язку із виїздом у інші області та за кордон або у зв'язку з виконанням ними своїх громадянських обов'язків у ЗСУ та ТРО; розрив логістичних ланцюгів постачання імпортованих купівельних комплектуючих виробів та матеріалів. Серед інших проблем – зростання вартості сировини, матеріалів та енергоресурсів, недоступність кредитних коштів, проблеми пов'язані з завершенням співпраці з компаніями, які не відповідають сучасним реаліям, проблеми організації обліку. Варіантом забезпечення фізичної безпеки, як людей, так й майна підприємства стала релокація бізнесу. Компанія організувала евакуацію працівників та їх сімей та перенесення частини виробництва на захід України та у Польщу з метою диверсифікації ризиків, пов'язаних із знищенням виробничих потужностей.

Надважливим кроком за останні роки стало збереження команди, в тому числі адаптація та фінансова підтримка персоналу. За останні два роки пандемії підприємство встигло перепрофілюватися, запровадити нові форми організації праці, адміністративні працівники були переведенні на віддалений графік роботи, з початком війни цей досвід став у нагоді, як ніколи. Керівництво підприємства вважає, що впровадження прискореного навчання та адаптації нового персоналу є пріоритетним напрямком, для швидкого відновлення, будуть потрібні навчені та перевірені кадри.

ТОВ «Укрспецсистемс» піклується про своїх працівників: в приміщенні встановлена сучасна система освітлення та кондиціонування повітря, робочі місця

обладнані додатковими моніторами, працівники забезпечуються безкоштовними обідами, також завжди у вільному доступі питна вода, чай, кава, молоко, персонал забезпечений засобами індивідуального та колективного захисту, на випадок тривоги є бомбосховища. Крім того, в ТОВ «Укрспецсистемс» функціонує система управління охороною праці, в якій визначена конкретна роль і персональна відповідальність керівників усіх рівнів виробництва. Для недопущення травмування сторонніх осіб на обладнанні Товариства вживаються заходи, що виключають їх проникнення на територію підприємства, в будівлі та приміщення, а саме: територія огорожена та охороняється, встановлена охоронна сигналізація та електронні зчитувачі відбитків пальців.

Відбулися зміни стратегічних орієнтирів і на перше місце вийшло, як збереження людського потенціалу, запобігання гуманітарній кризі, так і зокрема збереження та можливий розвиток бізнесу, зміцнення репутації бізнесу, його продуктів та обличчя. Керівництво компанії вважає, що головним є реальні справи, адже справи важливіші за слова, наразі суспільство очікує від бізнесу розширену відповідальність як корпоративну так і соціальну.

Благодійність та підтримка армії стали невід'ємною частиною управлінської діяльності ТОВ «Укрспецсистемс». В 2022 році було безкоштовно передано безпілотні літальні апарати, їх частини та інша техніка, послуги з навчання пілотів для потреб ЗСУ на загальну суму 22 млн.грн. Також однією з основних стратегічних цілей компанії є розробка нових видів продукції, а саме створення ударних дронів-камікадзе [5]. Українська розробка повинна бути значно дешевшою ніж закордонні аналоги, а тому і набагато доступнішою для закупівлі та експлуатації.

Результат роботи команди з початку повномасштабного вторгнення: створення виробництва на заході України та у Польщі; масштабування виробництва на 300%; розробка нових видів продукції Шарк, міні Шарк, в тому числі ударних дронів-камікадзе РАМ 2, які показують надзвичайно високі результати. Також вирішено низку тактичних завдань: перевезення працівників

разом з сім'ями у безпечне місце; створення резерву виробничого персоналу; та імпорتنих купівельних комплектуючих виробів та матеріалів по системі min-max; налагодження логістичних зв'язків для максимально швидкої доставки комплектуючих та матеріалів, а також забезпечення професійного розвитку працівників на регулярній основі.

Список посилань:

1. <https://aviationweek.com/AWST>
2. <https://www.forecastinternational.com/>
3. <https://ukrspecsystems.com/blog/pd-2-increasing-the-range>
4. <https://ukrspecsystems.com/blog/pd-2-uas-for-geodetic-aerial-photography-how-it-works>
5. <https://mil.in.ua/uk/news/initsiatyva-oko-za-oko-zibrala-groshi-na-25-kompleksiv-shark/>

Спанчінцева О. А.
ННБО ім. А.Поручника, магістрант

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ІНСТИТУТУ СЕРЦЯ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

В 2015 році ООН було сформовано цілі сталого розвитку на період до 2030 року, які стали орієнтиром для розвитку всіх секторів економіки в умовах посилення глобалізаційних процесів. Особливе місце та роль в реалізації цих глобальних цілей людства відіграють цільові вектори розвитку медичної галузі. Так, виділена третя ціль спрямована на забезпечення *міцного здоров'я і благополуччя* [1]. Вагомий внесок у досягненні цієї цілі роблять медичні заклади України, реалізуючи свою соціальну відповідальність перед суспільством.

Інститут серця Міністерства охорони здоров'я України вже багато років в своїй професійній діяльності спирається саме на принципи соціальної відповідальності шляхом надання якісних медичних послуг населенню України.

Соціальна відповідальність Інституту серця здійснюється за багатьма напрямками, серед яких найбільш важливими є наступні: правова;

відповідальність з якості надання медичних послуг; медико-соціальна; етична та екологічна, які відображено на Рис.1.



Рис.1. Напрями соціальної відповідальності Інституту серця

Джерело: побудовано автором[2]

Правовий напрямок реалізується діяльністю Інституту серця згідно чинного законодавства України. Це передбачає надання медичних послуг відповідно до санітарно-гігієнічних і санітарно-протиепідемічних правил і норм, виробництва, придбання, зберігання, перевезення, пересилання наркотичних засобів або психотропних речовин для надання медичної допомоги, згідно встановленого порядку взяття, переробки, зберігання, реалізації і застосування крові та її компонентів і препаратів, взяття донорських органів, зокрема, органної трансплантології серця.

Для надання медичної допомоги лікування дітей, які мають вроджені вади серця, а також забезпеченні необхідним медичним обладнанням, безкоштовними ліками та медичними виробами для маленьких пацієнтів вже більше 12 років Інститут серця співпрацює із Благодійним фондом «Серце на долоні».

В умовах військового стану в Україні в 2022 році Інститут серця перейшов на цілодобовий режим роботи 24/7. Таким чином, реалізуючи швидкість, мобільність та терміновість надання медичної допомоги для всіх верст населення України: військовим, цивільному населенню, дітям із пораненнями різної важкості. Це

дозволяє проводити екстренні оперативні втручання на серці та рятувати кардіохворих пацієнтів.

Важливу роль у забезпечення сталого розвитку та міцного здоров'я відіграє повний цикл надання медичної допомоги від проведення різних видів операцій на серці до повноцінної життєдіяльності пацієнтів. Це передбачає надання послуг з кардіореабілітації. Саме в комплексі медичних, фізичних та психологічних заходів прискорюється відновлення здоров'я пацієнтів, які були прооперовані на серці. Також це дозволяє надавати вторинну профілактику хвороб, пов'язаних із серцево-судинними захворюваннями. Надання послуг з кардіореабілітації проводиться на базі [Ірпінської філії та Київської філії ДУ “Інститут серця Міністерства охорони здоров'я України”](#).

Отже, соціальна відповідальність Інституту серця цілком узгоджується із цілями сталого розвитку і реалізується за багатовекторними напрямками.

Список літератури:

1. Цілі сталого розвитку. Резолюція Генеральної Асамблеї ООН. 2015. 25 вересня. URL: <https://www.unfpa.org/resources/transforming-our-world-2030-agenda-sustainable-development>
2. Офіційний сайт ДУ “Інститут серця Міністерства охорони здоров'я України”. URL: <https://heart.kyiv.ua/pro-tsentr/>

Проценко І.В.

ННІБО ім.А.Поручника, магістрант

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПІДХОДИ ТА ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ (НА ПРИКЛАДІ ПрАТ «МХП»)

Постановка проблеми. Для ХХІ ст. характерна активізація уваги ділового співтовариства, міжнародних інституцій, наукової спільноти до дослідження проблеми сталого розвитку, яка передбачає збалансованість економічних, екологічних та соціальних цілей суспільства. Поняття соціальної відповідальності описує взаємодію бізнесу з соціальним середовищем та природними ресурсами, тобто бізнес повинен приймати відповідальність за свої дії.

Результати дослідження. Розвиток вітчизняного бізнесу, інтеграція його до глобальної економічної системи, сучасні екологічні і соціальні виклики

вимагають від суб'єктів підприємницької діяльності відповідальності соціально відповідальної діяльності. Підприємницька діяльність не може бути ізольованою від суспільства, тому рано чи пізно вона має стати соціально відповідальною [2, с. 85].

Запровадження в Україні принципів соціальної відповідальності вже має позитивні результати завдяки поширенню перевіреної міжнародним досвідом концепції соціальної відповідальності та приєднанню України до глобальних ініціатив, насамперед до Цілей сталого розвитку ООН. Для подальшого успішного просування та широкого запровадження концепції соціальної відповідальності українському бізнесу необхідне розроблення економічних, соціальних, інституційних інструментів, принципів та засобів мотивації й заохочення вітчизняних підприємств до виконання цілей сталого розвитку [3].

Миронівський хлібопродукт (ПрАТ «МХП») – це провідна міжнародна харчова та агротехнологічна компанія, яка спеціалізується на виробництві курятини і вирощуванні зернових, а також веде іншу аграрну діяльність (виробництво м'ясо-ковбасних виробів і м'ясних виробів, готових до вживання). Миронівський хлібопродукт веде свій бізнес відповідно з принципами корпоративної соціальної відповідальності та концепцією сталого розвитку. В роботі Миронівського хлібопродукту соціальні практики реалізуються через взаємодію з суспільством (сприяння розвитку громад), трудові практики, практики захисту прав людини, відповідальності за продукцію та публічної звітності [1].

Участь у соціальних проєктах Миронівського хлібопродукту беруть органи місцевого самоврядування, громадські організації, підприємці, а також активні представники громад у місцях присутності підприємств холдингу, які зацікавлені змінити життя на краще. Компанією створено Фонд сталого розвитку «МХП-Громаді», робота якого ведеться у наступних напрямках: надання мікрогрантів для громадських ініціатив та мікробізнесу з метою створення потужної платформи для взаємодії громади, бізнесу та уряду; підтримка культурних та освітніх проєктів для зміцнення національної ідентичності українського народу; підтримка

екологічних проєктів для привернення уваги громадськості до важливості захисту та збереження довкілля; підтримка громадського здоров'я, яка передбачає надання медичних послуг населенню у віддалених районах України.

Трудові практики як компонент соціальних практик ПрАТ «МХП» передбачають: реалізацію заходів з охорони здоров'я та забезпечення безпеки праці на робочих місцях; облік інцидентів у сфері охорони здоров'я та безпеки праці на підприємствах, аналіз причин, оцінка втрат та розробка заходів для подальшого уникнення таких інцидентів; інвестиції в охорону здоров'я та безпеку праці; проведення внутрішніх аудитів та перевірок з питань безпеки; ретельний контроль умов праці; часткова медична підтримка працівників та подальше розширення медичної підтримки (цифровізація медичних даних працівників для підвищення якості заходів медичної підтримки, розширення процесів контролю за співробітниками з метою виявлення зон ризику для безпеки та можливості їх усунення)[1].

Відповідальність за продукцію як компонент соціальних практик Миронівського хлібопродукту передбачає дотримання стандартів з безпечності та якості продукції на всіх підприємствах, а також і в рамках транспортних систем ПрАТ «МХП». Підхід ПрАТ «МХП» до якості та безпечності продукції регулюється Політикою якості та безпечності продукції, яка поширюється на всі підприємства компанії. Щорічно ПрАТ «МХП» випускає Звіти зі сталого розвитку, які містять інформацію про соціальні практики компанії та витрати на їх реалізацію. Зокрема, у Звіті зі сталого розвитку за 2021 рік окремі розділи присвячено охороні здоров'я та безпеці праці на робочому місці, якості та безпечності продукції, розвитку громад.

З початком війни Миронівський хлібопродукт дещо змістив акценти практик соціальної відповідальності, але продовжує активно їх реалізовувати. Якщо до початку війни компанія активно працювала в напрямку сталого розвитку та імплементацію ESG-принципів у діяльність, то в умовах впливу дестабілізуючих подій сьогодення ключовим завданням на пряму соціальних практик ПрАТ «МХП» стало забезпечення соціальної стійкості як базису для

поступового відновлення соціальних програм та проєктів [1]. ПрАТ «МХП» продовжує реалізовувати заходи в рамках трудових практик (забезпечення охорони здоров'я та безпеки праці на підприємствах Миронівського хлібопродукту), впровадження ініціатив в напрямку забезпечення якості та безпеки продукції, розвитку харчового виробництва, налагодження «зворотного зв'язку» зі споживачами, постачальниками, іншими категоріями стейкхолдерів, триває цифровизація роботи компанії.

Висновки. Таким чином, соціальна відповідальність бізнесу є важливою складовою сталого розвитку, яка вимагає врахування інтересів всіх стейкхолдеріві забезпечення балансу між економічними, екологічними, соціальними аспектами діяльності компанії.

Список літератури:

1. Звіт зі сталого розвитку МХП за 2021 рік. URL: <https://api.next.mhp.com.ua/images/a8005/72d18/3551f5fea28.pdf>
2. Олійник О.О. Соціалдньвідповідальність: навч. посібник. Рівне: НУВГП. 2016. 222 с.
3. Петрашко Л.П. Корпоративна соціальна відповідальність в українській бізнес практиці. Л. П. Петрашко. URL: http://iepjournal.com/journals/14-15/2011_6_Petrashko.pdf

Сахаров А. М.
ННІБО ім. А.Поручника, магістрант

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МЕДИЧНОГО ЦЕНТРУ «АСІСТАНС СЕРВІС» В УМОВАХ ВИКЛИКІВ ВОЄННОГО СТАНУ

В сучасних умовах воєнного стану в Україні особливо важливим та актуальним стало питання реалізації соціальної відповідальності. Корпоративна соціальна відповідальність проявляється на двох рівнях: на внутрішньому рівні через проведення корпоративної соціальної політики підприємства, організації та на зовнішньому, яка дозволяє об'єднати три субекти ринкової економіки:

державу, бізнес, суспільство. Зовнішній рівень соціальної відповідальності будує в країні корпоративне громадянство та партнерство.

Агресивний напад РФ на Україну 24 лютого 2022 року став викликом для всіх медичних закладів і всієї системи охорони здоров'я України в цілому. Дана загроза стала й перед діяльністю медичного закладу ТОВ «Асістанс Сервіс», представленого мережею медичних центрів «Саламандра» в Запоріжжі та Києві. Тут варто зазначити, що воєнні виклики проявились у трьох площинах - в продовженні господарсько-економічної діяльності самого медичного центру, закупівлі та отриманні необхідних медичних товарів та ліків; посиленні загрози нападів та руйнувань приміщень медичних закладів; погіршенні гуманітарної ситуації в Україні в цілому.

Не зважаючи на загрози та виклики воєнного стану, медичний центр «Саламандра» продовжував надавати медичні послуги своїм пацієнтам.

Стратегічна місія медичного закладу була дещо змінена та посилена потребами воєнного стану в Україні, а саме, вона спрямована на забезпечення максимальної допомоги не тільки своїм постійним клієнтам, а й постраждалому населенню у період війни, Збройним силам України, місцевій територіальній обороні.

Соціальна відповідальність медцентру «Саламандра» проявляється за наступними напрямками:

- цілодобова робота контакт-центру в режимі 24/7;
- надання медичної допомоги постраждалим від військових дій;
- надання по телефону та за допомогою засобів SMM маркетингу інформаційної допомоги пацієнтам;
- координація логістичних ланцюжків гуманітарної допомоги медичних ліків;
- відкриття рахунку для організації гуманітарної допомоги в Україні;
- виявлення потреб Збройних сил України у медичних препаратах;

- координаційна робота з представниками військових та силових структур, представниками територіальної оборони для забезпечення необхідних товарів;
- взаємодія та співпраця із волонтерами та представниками державних медичних установ;
- надання гуманітарної допомоги шляхом заключення Договору Оферта. Договір публічної оферти спрямований на надання безповоротної фінансової допомоги. З оформленням цього Договору населення та зацікавлені особи можуть ознайомитись на офіційному сайті медичного центру «Саламандра». Він дозволяє акумулювати грошові внески фізичних та юридичних осіб, які в подальшому спрямовуються на закупівлю товарів критичного імпорту для забезпечення населення та Збройних сил України необхідними товарами в умовах ведення війни російської федерації проти України.

Отримувач безповоротної фінансової допомоги медичний центр спрямовує отримані кошти виключно на закупівлю товарів критичного імпорту, а також розподіляє їх підрозділам Збройних сил України, населенню міста Києва. Таким чином, цей Договір дозволяє реалізувати мету забезпечення конче потрібними засобами життєдіяльності та захисту, щоб уникнути гуманітарної катастрофи.

Висновок: виклики воєнного стану в Україні зкоригували траєкторію діяльності медичного закладу шляхом посилення соціальної відповідальності та логічно змінили акценти його стратегічного розвитку.

Список літератури:

1. Офіційний сайт медичного центру «Саламандра». URL: <https://www.mcs.com.ua/uk/gumanitarna-dopomoga-oferta>

Гічунц А.А.

ННІБО імені Анатолія Поручника, магістрантка,

**СОЦІАЛЬНА КОРПОРАТИВНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПІДХОДИ ТА
ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ (на прикладі компанії ТОВ
«МЕТІНВЕСТ ІНЖИНІРИНГ»)**

Компанія ТОВ «МЕТІНВЕСТ ІНЖИНІРИНГ», в якій я працюю, є частиною великої промислової групи МЕТІНВЕСТ і входить у групу компаній «СКМ» (System Capital Management, SCM).

ТОВ «Метінвест-Інжиніринг» – інжинірингова компанія, що супроводжує великі інвестиційні проекти Групи від етапу стратегічного планування до їхньої реалізації.

Основними споживачами робіт, послуг Компанії в Україні є металургійні та гірничо-збагачувальні підприємства групи «Метінвест Холдинг». Метінвест – це міжнародна вертикально-інтегрована гірничо-металургійна група компаній, до структури якої входять підприємства в Україні, ЄС, Великобританії та США. Група контролює весь виробничий ланцюг - від видобутку залізної руди та коксівного вугілля до виробництва та продажу напівфабрикатів і готової продукції зі сталі.

Соціальна відповідальність – це про внесок у стійкий розвиток суспільства, навколишнього середовища та економіки в цілому. В рамках цієї концепції компанія повинна враховувати соціальні, економічні та екологічні наслідки своєї діяльності та прагнути до покращення життя суспільства.

Одним із викликів, з якою стикаються компанії, що володіють соціальними принципами, є необхідність збалансувати соціальні та економічні цілі.

З 2010 року Метінвест приєдналася до Глобального договору ООН і дотримується в своїй діяльності його десяти принципів, що охоплюють права людини, трудові відносини, охорону навколишнього середовища та протидію корупції. Група поділяє підхід до забезпечення сталого розвитку відповідно до 17 Цілей сталого розвитку ООН (ЦСР) і особливо зосереджена на досягненні цілей, де її внесок може стати найбільш вагомим [1, с. 24-25].

Економічна відповідальність підприємства ТОВ «Метінвест-Інжиніринг» демонструється шляхом послідовного поєднання основних компонентів ділової репутації і технічної компетенції на комбінатах групи реалізованими проектами для отримання лояльності контактних груп (стейкхолдерів) господарюючого суб'єкта [2, с. 27-28]. За 11 років існування компанією реалізовано понад 20

проектів будівництва. У 2020 році Метінвест завершив запланований об'єм робіт з екологічної модернізації агломераційної фабрики на ММК імені Ілліча, що тривала понад сім років. Це один із найбільших екологічних проектів в історії незалежної України вартістю понад 160 млн. доларів США. Викидів пилу за рахунок цього проекту сумарно знижено на 90%, а діоксиду сірки – на 86%.

Соціальна відповідальність ТОВ «Метінвест-Інжиніринг» базується, на мою думку, на декількох суттєвих аспектах:

Корпоративне управління:

Ефективна структура управління; використання новітніх практик корпоративного управління, спрямованих на забезпечення стійкості колективу до будь-яких зовнішніх обставин.

Соціальні аспекти:

Система взаємодії зі співробітниками спрямована на забезпечення справедливих умов праці, гідної оплати та соціальних пільг. Податкові внески та соціальні інвестиції з метою соціально-економічного розвитку місцевих громад і підвищення їхньої активності для сталого розвитку у регіоні присутності.

Екологічні аспекти:

Компанія розробляє і впроваджує інноваційні ресурсоефективні технології та рішення для забезпечення ефективного використання природних ресурсів, сировини та енергії.

Економічні аспекти:

Покращує якість продукції і послуг для максимального задоволення потреб клієнтів. Працює з зацікавленими сторонами; залежно від рівня їхнього впливу на діяльність Групи, компанія виділяє такі ключові цільові підгрупи: персонал, клієнти, постачальники та підрядники, інвестори, кредитори, місцеві громади, органи державної влади та засоби масової інформації (ЗМІ). Кожного року на сайті компанії можливо ознайомитись з соціальними звітами.

Інвестування в розширення виробничих потужностей дає можливість швидко реагувати на зміни ринку та коливання попиту. У 2019 році компанія «МЕТІНВЕСТ ІНЖИНІРИНГ» запустила стан 1700 на ММК імені Ілліча після його реконструкції. Розробка проєкту масштабної реконструкції розпочалася в 2017 році, після чого у серпні-листопаді 2019 року почався етап активного будівництва, завдяки чому вдалось збільшити виробничі потужності підприємства. На будівництві проєкту було впроваджено високі стандарти до охорони праці. Підрядні організації проходили навчання у центрах компанії і мали допуск на будівельний майданчик тільки після успішної здачі екзаменів по охороні праці і промислової безпеки (ОП і ПБ).

Соціальна відповідальність підприємства повинна бути інтегрована в основні стратегії і процеси компанії. Це означає, що компанія має розглядати свою соціальну відповідальність як частину своєї бізнес-стратегії та ділової діяльності. Інтегрований підхід вимагає від компанії не тільки дотримуватися стандартів соціальної відповідальності, але й забезпечувати сталий розвиток бізнесу, збільшення прибутків та покращення конкурентоспроможності на глобальних ринках.

Список літератури:

1. <https://metinvestholding.com/ua/upload/sr-2020/> Звіт зі сталого розвитку компанії.
2. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / [А. М. Колот, О. А. Грішнова, О. О. Герасименко та ін.] ; за заг. ред. д.е.н., проф. А. М. Колота. — К. : КНЕУ, 2015. — 519.
3. Корпоративна соціальна відповідальність: теорія та практика в Україні / За ред. Т. І. Харченко. – К.: КНЕУ, 2012.
4. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: практика, тенденції, виклики: монографія / За ред. Л. В. Шаргородської, О. В. Рябко. – К.: КНЕУ, 2018

Поляков Віталій Юрійович
ННІБО імені Анатолія Поручника, магістрант

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПІДХОДИ ТА ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ (на прикладі ТОВ «Ландпрес»)

Постановка проблеми. Соціальна складова концепції сталого розвитку орієнтується на розвиток людського потенціалу, скорочення кількості конфліктів у суспільстві, збереження стабільності культурних та суспільних систем. Соціальна відповідальність в концепції сталого розвитку є засобом гармонізації та покращення життєдіяльності суспільства, результатом чого є забезпечення збалансованого суспільного розвитку. Важливість соціальної відповідальності пов'язана з тим, що вона є основою, на якій базується практично уся система взаємовідносин у суспільстві. Соціальна відповідальність виступає невід'ємною складовою у системі відносин особистість – держава – підприємництво – суспільство.

Виклад основного матеріалу. Соціальна відповідальність – це підхід до управління, який передбачає врахування впливу діяльності підприємства на соціальні, економічні та екологічні аспекти суспільного розвитку [2, с. 33]. Це означає, що сучасне підприємство повинно не тільки забезпечувати прибуток своїм власникам, але й враховувати інтереси споживачів, працівників, суспільства та навколишнього середовища.

Характерною особливістю сучасності є збільшення вимог споживачів щодо соціальної відповідальності підприємств. Споживачі все більше звертають увагу на вплив діяльності підприємства на соціальне та екологічне середовище, тому підприємства повинні враховувати ці вимоги у своїй діяльності.

Одним з найважливіших викликів сталого розвитку є вимоги до зменшення викидів в атмосферу та збереження довкілля. Підприємства повинні розуміти свою відповідальність за довкілля та вживати заходів для зменшення впливу своєї діяльності на природні ресурси. Також важливим викликом є відповідальне використання ресурсів та зменшення відходів, що можна досягти шляхом впровадження екологічної технології та управління відходами [1, с. 75]. Іншим

викликом є забезпечення соціальної справедливості та економічної стабільності. Підприємства повинні забезпечувати своїм працівникам достатній рівень оплати праці, безпеку та здоров'я на робочому місці, а також можливості для професійного та особистісного розвитку. Крім того, підприємства повинні дотримуватися етичних принципів та уникати корупції та інших негативних практик.

Серед основних підходів до соціальної відповідальності в умовах сталого розвитку можна виділити наступні:

- філантропічний підхід – передбачає благодійність та пожертвування на благо суспільства без зв'язку зі стратегією бізнесу;

- етичний підхід – передбачає дотримання етичних принципів у всіх сферах діяльності підприємства;

- стейкхолдерський підхід – передбачає врахування інтересів всіх стейкхолдерів підприємства, включаючи споживачів, працівників, постачальників, інвесторів та суспільство в цілому;

- екологічний підхід – передбачає дотримання екологічних принципів та захист довкілля від негативного впливу діяльності підприємства [3, с. 95].

ТОВ «Ландпрес» – це сучасне поліграфічне підприємство з повним циклом поліграфічних послуг: від дизайну, верстки – до друку, зшивки, склейки, упаковки в термоплівку готової продукції.

ТОВ «Ландпрес» приділяє багато уваги соціальній відповідальності, використовуючи наступні заходи для цього:

- забезпечення екологічної стійкості; підприємство активно інвестує у відновлювані джерела енергії та встановила сонячні панелі у своєму адміністративному корпусі та на складі, використовує ресурсозберігаючі технології, зокрема встановлене сучасне енергоефективне обладнання, використовується система переробки відходів виробництва (папір, картон відправляються на повторну переробку);

– підтримка соціальних ініціатив; ТОВ «Ландпрес» підтримує соціальні ініціативи, що спрямовані на покращення якості життя населення, зокрема компанія надає фінансову підтримку благодійним організаціям;

– забезпечення безпеки та здоров'я працівників; на підприємстві відповідально дотримуються усіх вимог з охорони праці та забезпечення безпеки працівників. ТОВ «Ландпрес» підтримує і ініціативи щодо покращення умов праці;

– ефективне управління ланцюгами постачання; ТОВ «Ландпрес» побудувало налагоджену логістичну систему постачання, що дозволяє забезпечувати високу якість продукції і знижувати витрати на її виготовлення. Це досягається шляхом встановлення довгострокових контрактів з обраними постачальниками та постійного моніторингу якості продукції;

– зважена інвестиційна політика; інвестиційна політика ТОВ «Ландпрес» поєднує в собі дбайливе ставлення до ресурсів і водночас підтримку розвитку інновацій на підприємстві. Основним елементом інвестиційної стратегії підприємства є використання інноваційних технологій для підтримання розвитку підприємства, одночасно обмежуючи негативний вплив його господарської діяльності на суспільство та навколишнє середовище.

Загалом соціальна відповідальність ТОВ «Ландпрес» включає в себе такі аспекти, як охорона довкілля, безпека праці, етичне мотивування, розвиток місцевої спільноти та захист прав споживачів.

Висновки. Таким чином, соціальна відповідальність є важливим елементом сталого розвитку, що передбачає врахування інтересів всіх стейкхолдерів підприємства та виконання вимог до захисту довкілля, соціальної справедливості та економічної стабільності. Для досягнення успіху у цій галузі підприємства повинні вживати конкретних заходів та перманентно ініціювати позитивні зміни у суспільстві.

Список літератури:

1. Дмитренко А. В., Кравченко О. В. Соціальна відповідальність у системі сталого розвитку. Проблеми розвитку третього сектора та соціально-орієнтованої

економіки в Україні і світі : збірник наукових праць учасників Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Полтава, 30 березня 2021 р. Полтава : Полтавська державна аграрна академія. 2021. С. 74-76.

2. Золотарьова О.В. Соціальна відповідальність: Конспект лекцій. О.В. Золотарьова, В.К. Лебедєва. Дніпро: НМетАУ, 2018. 175 с

3. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. Навч. посіб. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». 2015.180 с.

Фесенко О.В. (ННІБО ім. А.Поручника, магістрант)

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ДЕРЖАВНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЧЕТВЕРТОЇ ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ

Одним із важливих завдань держави є активна участь у створенні належних умов для забезпечення досягнення цілей сталого розвитку, створення інституційної складової соціального простору та забезпечення його єдності. Згідно даних опитувань експертного середовища одним з основних очікувань від реалізації принципів сталого розвитку в Україні є саме активізація соціально відповідальної діяльності держави у формуванні умов сталого розвитку [1, с. 47].

25 вересня 2015 року Генеральна Асамблея ООН ухвалила Порядок денний у сфері розвитку на період після 2015 року: «Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року». Однією із Глобальних цілей визначено створення стійкої інфраструктури, з метою підтримки економічного розвитку та добробуту людей, приділяючи особливу увагу забезпеченню недорогого і рівноправного доступу, сприяння всеохоплюючій і сталій індустріалізації та інноваціям [2, с. 15].

Деталізація зазначеної вище цілі передбачає модернізацію інфраструктури підприємств до 2030 року, зробивши їх стійкими за рахунок підвищення ефективності використання ресурсів, ширшого застосування чистих та екологічно безпечних технологій і промислових процесів за участю всіх країн відповідно до їх індивідуальних можливостей [2, с. 22].

Для досягнення цілей і вирішення всіх відповідних завдань передбачається активізація Глобального партнерства, що сприятиме інтенсивній глобальній взаємодії, об'єднавши уряди, громадянське суспільство, приватний сектор, систему Організації Об'єднаних Націй та інших суб'єктів і залучаючи всі наявні ресурси.

Одним із інструментів досягнення зазначених вище цілей є впровадження інноваційних рішень та технологій четвертої промислової революції – Індустрія 4.0. На поточному етапі, має місце перехід світових інновацій 4.0 в фазу зрілості, яка супроводжується зростанням комодитизації - перетворення

унікальних продуктів на звичайні. Крім цього, важливим трендом Індустрії 4.0 є подвійний зелений і цифровий перехід [3]. Це означає, що ці поняття, фактично, поєднуються та входять в сферу відповідальності керівника з цифрової трансформації підприємства (англ. Chief Digital Transformation Officer, CDTO). Раніше «зелені» технології входили до сфери діяльності підрозділів, що опікуються політиками КСВ (корпоративної соціальної відповідальності) та віддалені від виробничої ланки. Сьогодні, європейські компанії визнають, що перехід до вимог вуглецево-нейтральної економічної системи неможливий без цифрових технологій, що відкриває нові можливості для впровадження інновацій [4].

У той же час, вартість таких технологій може бути суттєвою для локального ринку України та потребуватиме додаткового обґрунтування доцільності таких інвестицій. Для прийняття зваженого управлінського рішення щодо впровадження технологій Industry 4.0 слід якісно опрацювати конкретні технологічні рішення для визначеної сфери діяльності, враховуючи глобальний та локальний досвід, економічну ефективність та ефекти від впровадження. Пріоритетними мають обиратися ефектами, які мають позитивний вплив на основні складові соціальної відповідальності державного підприємства: сприяння соціальній безпеці, участь у подоланні кризових ситуацій, забезпечення надання державних послуг, партнерські відносини зі споживачами послуг.

На рівні державних підприємств необхідно забезпечити формування та реалізацію власних стратегій щодо досягнення визначених цілей сталого розвитку, підготувати відповідні інвестиційні програми, забезпечивши дотримання вимог стандартів соціальної відповідальності в контексті зазначених цілей сталого розвитку.

Усі етапи таких інвестицій необхідно чітко пов'язувати із принципами соціальної відповідальності, визначених у ДСТУ ISO 26000:2019 – підзвітності, прозорості, етичної поведінки, поваги інтересів зацікавлених сторін, дотримання верховенства права, дотримання прав людини [5].

Список літератури:

1. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія / О.Ф. Новікова, М.Є. Дейч, О.В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2013. – 296 с;
2. Резолюція Генеральної Асамблеї ООН від 25 вересня 2015 року «Перетворення нашого світу: Порядок денний в області сталого розвитку на період до 2030 року» <https://www.undp.org/ukraine/publications/transforming-our-world-2030-agenda-sustainable-development>;
3. Інновації в Індустрії 4.0 – «думай глобально, дій локально» <https://appau.org.ua/publications/knowledge-base/innovatsiyi-v-industriyi-4-0-dumaj-globalno-dij-lokalno/>;
4. The twin green & digital transition: How sustainable digital technologies could enable a carbon-neutral EU by 2050, Joint Research Centre https://joint-research-centre.ec.europa.eu/jrc-news/twin-green-digital-transition-how-sustainable-digital-technologies-could-enable-carbon-neutral-eu-2022-06-29_en;
5. ДСТУ ISO 26000:2019 Настанови щодо соціальної відповідальності (ISO 26000:2010, IDT).

Сімонов Павло Анатолійович

ННІБО імені Анатолія Поручника, магістрант

СВІТОВІ ПРІОРИТЕТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Проблеми, пов'язані з процесом індустріалізації, такі як виснаження біологічного різноманіття, зміна клімату та погіршення стану здоров'я і життя, особливо, але не тільки, в країнах, що розвиваються, посилюються. Тому зростає потреба у пошуку комплексних рішень, щоб зробити розвиток більш стійким.

Сучасна модель економічного зростання, яка використовується багатьма країнами, значною мірою ґрунтується на експлуатації природних ресурсів, що є деструктивним та нежиттєздатним явищем. Наявні дані показують, що необхідний обережніший підхід до використання наших обмежених ресурсів.

Головні події в історії Концепції сталого розвитку:

- 1972 рік - у Стокгольмі пройшла Конференція ООН з навколишнього середовища;

- 1987 рік – у доповіді Світової комісії ООН з довкілля та розвитку вперше вжито термін «стійкий розвиток»;

- 1992 рік - на Конференції ООН у м. Ріо-де-Жанейро прийнято документ «Порядок денний на XXI століття», в якому сформульовані зобов'язання держав щодо досягнення сталого розвитку;

- 2000 рік - на Генеральній Асамблеї ООН прийнято Цілі розвитку тисячоліття (ЦРТ);

- 2015 рік - на Саміті ООН у м. Нью-Йорк прийнято «Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року».

У 2015 році Генеральна Асамблея ООН затвердила "Порядок денний у сфері сталого розвитку на період до 2030 року". 1 січня 2016 року офіційно набули чинності 17 Цілей сталого розвитку (ЦСР) Порядку денного.

Цілі сталого розвитку, а всього їх 17, знайшли своє відображення в Енциклопедії сталого розвитку та являють собою набір глобальних амбіцій, узгоджених усіма державами-членами Організації Об'єднаних Націй. Вказані цілі охоплюють три аспекти сталого розвитку: економічне зростання, соціальна інтеграція та захист довкілля.

Згадані пріоритети також спрямовують національні зусилля по зменшенню бідності, скороченню нерівності, забезпеченню охорони здоров'я та освіти для всіх, вирішенню проблем зміни клімату та багатьох інших.

До головної цілі вказаного документу безумовно віднесено боротьбу з бідністю.

У період з 2015 по 2018 рік глобальна бідність продовжувала своє історичне зниження, при цьому глобальний рівень бідності знизився з 10,1 відсотка у 2015 році до 8,6 відсотка у 2018 році.

Через пандемію COVID-19 глобальний рівень бідності різко зріс з 8,3 відсотка у 2019 році до 9,2 відсотка у 2020 році, затримуючи прогрес майже на три роки.

Цей безпрецедентний розворот ще більше посилюється зростанням інфляції та наслідками війни в Україні. За оцінками, ці комбіновані кризи призведуть до того, що ще 75-95 мільйонів людей житимуть у крайній бідності після 2022 року порівняно з до пандемічними прогнозами.

Втрати були набагато вищими для країн з низьким рівнем доходу, де скорочення масштабів бідності було зупинене на вісім-дев'ять років. Хоча рівень бідності, за прогнозами, мав знизитися до 8,7 відсотка у 2021 році, він все ще був вищим, ніж до пандемічний рівень.

Вперше за два десятиліття частка працівників у світі, які живуть зі своїми сім'ями за «міжнародною межею» бідності, збільшилася з 6,7 відсотка у 2019 році до 7,2 відсотка у 2020 році, що означає, що ще відносно для 8 мільйонів працівників стан значно погіршився.

У розвинених країнах бідним вважається людина з доходом, що становить менше 50% від середнього доходу по країні. У другій половині 2000-х років майже 16% жителів Євросоюзу жили за межею бідності. У США в 2018 році офіційно отримали продуктові талони 42,2 млн осіб. Понад 30 мільйонів дітей у багатих країнах світу продовжують жити за межею бідності.

В рамках Цілі стійкого розвитку поставлена задача покінчити з бідністю у всіх формах і вимірах до 2030 року. Сьогоднішні бідняки повинні отримати рівні права на економічні ресурси, доступ до базових послуг, володінню та розподілу землі та іншими формами власності. Також необхідно зменшити їх незахищеність і вразливість перед екстремальними явищами та економічними, соціальними, екологічними потрясіннями і лихами. На регіональному та міжнародному рівнях повинні бути створені надійні стратегічні механізми для інвестування в заходи з ліквідації бідності [2].

У Доповіді про цілі сталого розвитку за 2022 рік представлено глобальний огляд прогресу у здійсненні Порядку денного у сфері сталого розвитку на період до 2030 року з використанням останніх наявних даних та оцінок. Він відстежує глобальний та регіональний прогрес у досягненні 17 цілей з поглибленим аналізом окремих показників для кожної мети [1].

Основні висновки:

- пандемія COVID-19 знищила більш ніж чотирирічний прогрес у викоріненні бідності і в 2020 році призвела ще 93 мільйони людей у крайню бідність;
- зниження якості основних медичних послуг призвело до зниження охоплення імунізацією вперше за десятиліття та зростання смертності від туберкульозу та малярії;
- понад 24 мільйони учнів ризикують ніколи не повернутися до школи;
- чверть населення світу нині мешкають у країнах, де відбуваються конфлікти. Рекордні 100 мільйонів людей були насильно переміщені в усьому світі. Війна в Україні створює одну з найбільших криз біженців сучасності;
- щоб запобігти найгіршим наслідкам, пов'язаним з кліматом, глобальні викиди парникових газів повинні досягти піку до 2025 року, а потім скоротитися на 43 відсотки до 2030 року;
- країни, що розвиваються, борються з рекордною інфляцією, зростанням відсоткових ставок і борговим тягарем, що насувається, і багато хто з них безуспішно намагається оговтатися від пандемії;
- інвестиції в інфраструктуру даних та інформації мають бути пріоритетом національних урядів та міжнародної спільноти.

Список літератури:

1. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/progress-report/>.
2. <https://sustainabledevelopment.un.org/topics/sustainabledevelopmentgoals>.
3. Alter KS (2003) Social enterprise: a typology of the field contextualized in Latin America, Working paper. Washington, DC.
4. Banerjee SB (2008) Corporate social responsibility: the good, the bad and the ugly. Crit Sociol 34(1):51–79.
5. Bice S (2017) Corporate social responsibility as institution: a social mechanisms framework. J Bus Ethics 143:17–34.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПІДХОДИ ТА ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Українські корпорації (у т.ч. «Метінвест»), як і будь-які інші компанії, мають соціальну та екологічну відповідальність. Вони повинні враховувати вплив своїх дій на людей та довкілля, а також брати на себе відповідальність за можливі шкоди. Під час воєнного стану корпорації мають додаткову відповідальність перед своїми співробітниками, місцевими жителями та владою. Також вони можуть приймати додаткові заходи для допомоги військовим, постраждалим внаслідок війни, та їх родинам.

«Метінвест» – міжнародна вертикально інтегрована гірничо-металургійна група компаній. Заснована 6 червня 2006 року. До структури Групи Метінвест входять видобувні, коксохімічні та металургійні підприємства в Україні, Європі та США, а також мережа офісів продажів у ключових регіонах світу. Компанія керує всіма етапами виробництва: від видобутку руди та вугілля – до виробництва напівфабрикатів і готової продукції. Близькість підприємств Метінвесту до ключових залізничних ліній і портів дозволяє оперативно поставляти сировину та металопродукцію споживачам по всьому світі. На цей час продукція Метінвесту експортується в понад 100 країн світу. Форма власності компанії – недержавна власність, кінцевий бенефіціар власник – Ахметов Р. Л.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) була і залишається невід’ємною частиною бізнес-стратегії «Метінвест». Взагалі, зараз перед компанією стоїть складніше завдання – перейти від КСВ до принципів сталого розвитку.

Метінвест є членом Глобального договору ООН з 2010 року та дотримується Десяти принципів сталого розвитку, що охоплюють права людини, трудові відносини, захист довкілля та протидію корупції. Група поділяє підхід до забезпечення сталого розвитку відповідно до Цілей сталого розвитку ООН (ЦСР) і визначає пріоритетність тих сфер, де її внесок може стати найбільш вагомим.

У 2022 році Метінвест продовжив фокусуватися на п'яти найактуальніших для його бізнесу ЦСР: ЦСР 8 (Гідна праця та економічне зростання), ЦСР 9 (Промисловість, інновації та інфраструктура), ЦСР 11 (Сталий розвиток міст і громад), ЦСР 12 (Відповідальне споживання та виробництво) і ЦСР 13 (Пом'якшення наслідків зміни клімату).

Співробітники - найважливіший актив, отже компанія прагне створити безпечні умови праці, гідний рівень заробітної плати та соціальної підтримки. У Групі поважають і дотримуються прав і свобод людини без будь-якої дискримінації незалежно від статі, раси, національності, мови, віку, місця проживання, релігії та політичних переконань. Співробітники винагороджуються за свою працю з урахуванням їхнього професіоналізму, складності виконання робіт і ступеня відповідальності за кінцевий результат.

Ще важливо «Метінвест» - інвестує в програми навчання співробітників, спрямовані на розвиток і вдосконалення їхніх професійних навичок. Компанія є активним учасником процесу реформування системи освіти України і робить свій внесок у підвищення якості освіти випускників українських вищих та професійно-технічних навчальних закладів і її відповідності потребам реального сектора економіки.

«Метінвест» постійно підвищує рівень промислової безпеки за допомогою розвитку і вдосконалення системи управління та механізмів контролю. Наприклад, впроваджує сучасні системи управління охороною праці відповідно до міжнародного стандарту OHSAS 18001 на своїх великих промислових підприємствах.

Війна суттєво вплинула на діяльність Групи та її проекти, що сприяють досягненню цілей сталого розвитку. Від початку війни Група спрямувала свої ресурси на допомогу Україні у зміцненні обороноздатності країни та підтримання своїх співробітників і місцевих громад.

«Метінвест» переорієнтував проекти і, де це можливо, спрямував зусилля на надання гуманітарної допомоги українцям. Наприклад, Метінвест відкрив Центр соціальної реабілітації для військових, які потребують допомоги та підтримки.

Компанія отримала рейтинг у галузі екології, соціальної політики та корпоративного управління від двох агентств: MSCI та Sustainalytics.

Станом на 31 грудня 2021 року MSCI підвищив рейтинг Метінвесту з «В» до «ВВ». Передусім це пов'язано з ефективною політикою та практиками в сфері ділової етики. Водночас агентство відзначило відповідальний підхід Групи до програм з охорони праці та промислової безпеки, а також ефективне управління трудовими ресурсами.

ESG ризик-рейтинг Метінвесту від Sustainalytics покращився до 30,3 бала у 2022 р. (до початку війни) проти 32,0 у 2020 році. Sustainalytics оцінило схильність Групи до різних ризиків ESG як високу з огляду на особливості металургійної галузі. Водночас агентство покращило оцінку щодо того, як Метінвест управляє матеріальними аспектами в цій галузі. Агентство відзначило надійність програм, практик і політик Групи у галузі екології, соціальної політики та корпоративного управління. Загальне розкриття Метінвестом інформації щодо ESG передбачає високий рівень підзвітності всім зацікавленим сторонам. Щодо соціальної складової «Метінвест» отримав високу оцінку за систему управління охороною праці, програми безпеки для підрядників і практики управління трудовими ресурсами. Крім того, покращенню рейтингу сприяли сильні фінансові результати, які водночас вплинули на зниження схильності Метінвесту до ESG ризиків.

Прагнучи розвивати практики сталого розвитку, на початку 2022 року, Група підписала переглянута та розширену Хартію GRI 102-12 зі сталого розвитку Всесвітньої асоціації виробників сталі. Вона складається з дев'яти принципів і двадцяти критеріїв, що охоплюють екологічні, соціальні, управлінські та економічні аспекти сталого розвитку.

Сьогодні, компанія залишається одним з найпривабливіших роботодавців у відповідних галузях у регіонах присутності, в тому числі надають своїм співробітникам гідні умови праці та конкурентну винагороду. Сталий розвиток «Метінвест» сприятиме розвитку країни, посиленню її економіки, поліпшенню

життя наших співробітників і їхніх сімей, жителів міст і сіл, де працюють компанії Групи, і жителів України.

Список літератури:

5. <https://metinvestholding.com/ua/responsibility> Сталий розвиток ТОВ «МЕТІНВЕСТ»
6. <https://metinvestholding.com/ua/ar2021/> Звіт зі сталого розвитку ТОВ «МЕТІНВЕСТ».
7. <https://metinvestholding.com/ua/upload/sr-2020/> Звіт зі сталого розвитку ТОВ «МЕТІНВЕСТ».
8. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / [А. М. Колот, О. А. Грішнова, О. О. Герасименко та ін.] ; за заг. ред. д.е.н., проф. А. М. Колота. — К. : КНЕУ, 2015. — 519.
9. Корпоративна соціальна відповідальність: теорія та практика в Україні / За ред. Т. І. Харченко. – К.: КНЕУ, 2012.
10. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: практика, тенденції, виклики: монографія / За ред. Л. В. Шаргородської, О. В. Рябко. – К.: КНЕУ, 2018

Olena Solomatina
Educational and Scientific Institute of Business Education
named after Anatolii Poruchnyk
Department of International Management
Business Administration (general)

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBIITY IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Social responsibility is a social phenomenon, which is the voluntary and conscious implementation, observance by subjects of social relations, prescriptions, social norms, and in the event of their violation, the application of measures of influence provided for by these norms to the violator. The components of social responsibility includes both the subject and the object.

The essence of corporate social responsibility in terms of sustainable development in the context of employer-employee relations consists, first of all, in observing the labour and socio-economic rights of employees and taking into account their interests, establishing additional social benefits and guarantees. The methods of implementation and implementation of social responsibility differ depending on the economic status and size of the enterprise, the motives of the owner, methods of influence and expectations from the consumer [3].

Corporate social responsibility between the parties of social and labour relations is manifested: on the part of the employer - in compliance with the rights of citizens, the Code of Labour Laws and other normative legal documents on conducting business; on the part of the employee - in a responsible, conscientious attitude to work, performance of assigned tasks and functions [2].

World experience has formed the following criteria that allow to define an enterprise as socially responsible:

- Conscientious payment of taxes, compliance with the requirements of international, state, and regional legislation;
- Production and sale of quality products;
- Implementation of corporate programs for improving the professionalism of employees, the protection and health promotion of employees and moral stimulation of personnel, and implementation of charity and sponsorship projects;
- Participation in the formation of positive public opinion about business.

Business will seriously benefit from the implementation of the principles of social responsibility. As the result the reputation of the organization grows; the level of trust in the company's activities, the quality of its goods and services increases; the professionalism of personnel potential increases; employee loyalty to the company increases; a safe activity environment is formed; corporate policy is developing. The form of manifestation of social responsibility in the internal environment is corporate social policy, the main directions of its implementation are as follows:

- Decent remuneration for work, which ensures an increase in the standard of living of employees based on the increase in labour productivity, the use of motivational forms of payment, employee participation in profits;
- Ensuring healthy and safe working conditions;
- Observance of workers' rights in the field of social and labour relations, social partnership, guarantee of freedom of activity of trade unions;
- Ensuring employment by maintaining existing and creating new jobs;
- Development of human and social capital: raising the educational level and professional training of personnel;
- Implementation of "industrial democracy" - involvement of ordinary shareholders and employees in the management of enterprises, sale of shares to enterprise employees, inclusion of their representatives in the board and audit commission of the joint-stock company;
- Provision of an additional "social package" to employees, primarily in the field of health care, recreation, leisure; assistance in improving the living conditions of employees; participation in medical, social and pension insurance programs;
- Creation of a favourable moral and psychological climate, education of employees in the spirit of humanism, high morality and social justice [1].

Labour relations in the context of corporate social responsibility are a priority for most Ukrainian enterprises. At the same time, the development of this direction in Ukraine is associated with a number of problems. The labour paradigm of corporate social responsibility covers a number of areas: wages, staff training; non-state pension and health insurance, etc.

Thus, corporate social responsibility in Ukraine is at a stage of development, as it continues to focus on a closer circle of stakeholders - the state, owners and staff. The corporate social responsibility of Ukrainian companies is aimed primarily at labour relations and measures to protect the health and safety of consumers. Measures to protect natural resources and interact with the community are less common: only a third of companies make social investments in community development, half do not take measures to protect the environment. The most active in this area are, first of all, the

representative offices of foreign business entities that transfer and implement modern world practices, as well as large and medium-sized domestic enterprises that improve their activities on the basis of the concepts of total quality management.

BIBLIOGRAPHY

1. Hryshchuk V. K. Social responsibility: teaching. manual / V. K. Hryshchuk. – Lviv: Lviv State University of Internal Affairs, 2012. – 152 p.
2. Kutsenko V.Y. Social responsibility / V.Y. Kutsenko // Synopsis of lectures on the discipline "Social responsibility". - Dnipropetrovsk: DNU, 2014. - 51 p.
3. Okhrimenko O. O. Social responsibility: teaching. manual / O. O. Okhrimenko, T. V. Ivanova. - K.: National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute", 2015. - 180 p.

В.О.Іщук

ПОЗИЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПРИ ФОРМУВАННІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ КЛІНІЧНОГО ІНСТИТУТУ СИСТЕМИ НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ МЕДИЧНИХ НАУК УКРАЇНИ

На сучасному етапі зростаючого значення набуває удосконалення економічних методів управління медичними закладами, заснованих на застосуванні системи маркетингу. Важливим елементом втілення змін в закладі відповідно до маркетингової стратегії (МС) є підтримка трудового колективу.

Метою роботи є втілення концепції корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в МС Державної установи «Інститут геронтології ім. Д. Ф. Чеботарьова Національної академії медичних наук України» на прикладі соціальної складової взаємодії закладу з трудовим колективом [1].

Загальна кількість працівників інституту становить 503 особи з коефіцієнтом плинності кадрів – 11%. Інститут має потужну консультативну та наукову базу в галузі лікування вік-залежної патології, реабілітації пацієнтів з ортопедичними та цереброваскулярними захворюваннями. Однак фінансовий ресурс є вкрай обмеженим та недостатнім. Практично повністю заклад фінансується НАМН

України для виконання затверджених науково-дослідних робіт. І біля 80% цих коштів спрямовуються на заробітну плату працівникам.

На підставі аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища закладу за моделлю М. Портера, формуванням карти стратегічних груп, PEST-аналізу ринку медичних та створення матриці SWOT [2] визначено наступні підходи до формування МС інституту з відповідними робочими групами зі співробітників закладу: поділ комунікаційної стратегії на таку, що направлена на залучення нових пацієнтів та покращення іміджу закладу як лікувальної установи, на наукову (залучення спонсорів, формування іміджу наукової установи з потрібним для кінцевого споживача продуктом), а також формування напряму надання платних послуг і залучення благодійних надходжень на оновлення матеріально-технічної бази та інфраструктури.

Вказані заходи необхідно проводити на тлі об'єднання колективу спільною місією та візією інституту. Бо серед внутрішніх перешкод запуску МС слід виділити протидію змінам та порушенню звичної роботи підрозділів з боку співробітників, підвищені очікування короткострокових змін (в першу чергу – з боку оплати праці) членами трудового колективу у разі зміни МС, побоювання реорганізації, скорочення персоналу або збільшення функціонального навантаження, низька загальна мотивація колективу щодо змін. Це підкреслює необхідність імплементації соціальної практики КСВ у МС.

Загальний бюджет проєкту МС, розрахованого на три роки, складає 9 945 тис. грн. з рівномірним щорічним розподілом. Очікуються наступні трирічні грошові надходження від проєкту МС відповідно до сценаріїв: песимістичний – 6043 тис. грн, реалістичний – 12358 тис. грн, оптимістичний – 17943 тис. грн.

Соціальна практика КСВ полягає у преміюванні співробітників інституту за результатами втілення МС. Для виконання поставленої мети пропоную використати 20% прибутку з проєкту за грошовими надходженнями (преміальний бюджет) у такій пропорції відповідно до ступеню залученості працівників: 1) премія учасникам робочих груп та координатору (16 осіб – 1 рік – 30%, 2 рік – 25%, 3 рік – 20% від преміального бюджету відповідно), 2) премія активним

працівникам (1 рік (30 осіб) – 20%, 2 рік (35 осіб) – 20%, 3 рік (40 осіб) – 20% від преміального бюджету відповідно), 3) загальна премія усім співробітникам (в т.ч. учасникам робочих груп та активістам, 503 особи – 1 рік – 50%, 2 рік – 55%, 3 рік – 60% від преміального бюджету відповідно).

За такого розподілу може бути досягнуто додаткової мотивації до підтримання та розширення проекту, роботи на результат, залучення до його виконання співробітників з метою підвищення лояльності до його провадження. Премія вираховується у випадку, якщо прибуток у грошовому еквіваленті перевищує інвестиції в проект. В ті роки в які дохід не перевищує інвестицій – премія не нараховується. Отже, преміювання можливо за виконання реалістичного сценарію з другого року проекту, а для оптимістичного – вже з першого року його запуску (таблиця). В той час за песимістичного сценарію преміювання взагалі не можливе через перевищення інвестицій над грошовими надходженнями.

Таблиця – Показники економічної КСВ за відповідними сценаріями реалізації проекту маркетингової стратегії

Рік	Премія на 1 особу з робочої групи, грн*	Премія на 1 активного працівника, грн*	Премія кожному працівнику, грн*
Реалістичний сценарій			
1	-	-	-
2	13323	4872	7395
3	13954	5582	10237
Оптимістичний сценарій			
1	15126	5378	6992
2	19009	6985	11057
3	19495	7798	15266

*Примітки: * - без урахування податків.*

Висновки. Соціальна практика КСВ взаємодії адміністрації закладу з персоналом є важливим елементом планування маркетингової стратегії лікувального закладу. Її включення як показника ефективності застосування стратегії може бути додатковим мотивуючим важелем проактивності співробітників, роботи на результат та підтримки змін функціонування закладу з метою досягнення спільної мети.

Список літератури:

1. Золотарьова О.В. Соціальна відповідальність: Конспект лекцій / О.В. Золотарьова, В.К. Лебедєва. – Дніпро: НМетАУ, 2018. – 175 с.
2. Стратегічний менеджмент. [текст] навч. посіб. / За заг. ред. Бутка М. П. [М.П. Бутко, М.Ю. Дітковська, С.М. Задорожна та ін.] – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 376 с.

Макарова О.В.

ННІБО ім. А.Поручника, магістрант

ПРІОРИТЕТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Корпоративна соціальна відповідальність, або соціальна відповідальність бізнесу – [концепція](#) [бізнес-практик](#), що передбачає відповідальність організації за вплив її економічної діяльності на [суспільство](#), на навколишнє середовище, при якому виробництво впроваджується з огляду на соціальні й екологічні [наслідки](#) та у тісній взаємодії зі стейкхолдерами. КСВ узгоджується зі сталим розвитком та добробутом суспільства, з очікуваннями стейкхолдерів, гармонує з чинним [законодавством](#) та узгоджується з міжнародними [нормами](#) та правилами.

На міжнародному рівні прийнято документи, в яких обґрунтовано філософію КСВ, а саме: Угода про соціальну політику [ЄС](#) 1991 року, Глобальний договір [ООН](#) 2020 року, Міжнародний стандарт ISO 26000 «Керівництво із [соціальної відповідальності](#)» 2010 року; Цілі сталого розвитку 2015 року та інші [6]. Діяльність у сфері КСВ стає невід’ємною частиною бранда компанії, що підвищує її [капіталізацію](#). З початку [2017](#) року набула чинності [Директива](#) ЄС про обов’язкове розкриття інформації нефінансового характеру та іншої інформації різного характеру 2014/95/EU Європейського Парламенту, відповідно до якої всі компанії, що мають чисельність найманих працівників понад 500 осіб зобов’язані

надавати у щорічних звітах дані про економічні, екологічні та соціальні підсумки своєї діяльності, про бізнес-партнерів та оприлюднювати їх для громадськості.

Відновлювальна енергетика та КСВ – нерозривні поняття в бізнесі галузі альтернативних джерел енергії. Все більше країн приймають стратегію переходу до вуглецево-нейтральної енергетики. Для України цей шлях переходу до альтернативної енергії є важливим через підписані міжнародні угоди та прийняті зобов'язання. За даними міжнародного аналітичного центру EMBER [4], українська теплова генерація відповідальна за більшість шкідливих викидів у повітря у Європи; токсичні речовини, на кшталт зольного пилу, двоокису сірки та оксидів азоту, пов'язують з тисячами смертей в Україні та Європейському Союзі[1]. Кожен кВт зеленої енергії – це збережене атмосферне повітря, якість та тривалість життя людей.

Теза, що саме відновлювана енергетика є ключем до відбудови економіки та енергетичної незалежності України, дуже перекликається с реальністю сьогодення [5]. Якщо звернутись до недалекого минулого, у 2014 році, коли росія анексувала Крим та окупувала частини Донецької та Луганської областей, Європа не змогла визнати всієї загрози, яку несе РФ у зв'язку з залежністю від її викопного палива. У гонитві за своїм енергетичним домінуванням РФ тоді захопила великі запаси нафти і газу в Україні й всіма засобами намагалася посилити свій контроль над постачанням енергоносіїв до Європи, щоб сьогодні використовувати це як частину своїх загарбницьких планів. У результаті енергетична безпека всієї Європи опинилася під загрозою. Відмова Європи від російського викопного палива є першим кроком до спільної енергетичної безпеки та відновлення України. Наступним кроком має бути терміновий план енергетичної незалежності для України та міжнародна допомога для його реалізації під час відбудови країни.

З початку свого заснування в 2006 році, компанія ТОВ «СИВАШЕНЕРГОПРОМ» приділяло увагу КСВ. З моменту придбання компанії європейськими партнерами, була затверджена програма КСВ, яка відповідає відповідному європейському стандарту IFC performance standard, в його першій

частині «Оцінка та управління екологічними та соціальними ризиками та впливами» [7]. КСВ вбудована в місію компанії, а стратегічні цілі компанії реалізуються, опираючись на цінності, тісно пов'язані з усіма складовими КСВ. ТОВ «СИВАШЕНЕРГОПРОМ» запроваджує необхідні програми та відповідні заходи, спрямовані на забезпечення екологічної складової корпоративної соціальної відповідальності, серед яких: проведення досліджень біорізноманіття регіону з метою визначення та мінімізації впливу на нього в результаті своєї економічної діяльності; в рамках цієї програми екологи підприємства разом з підрядниками (орнітологами, герпетологами та іншими спеціалістами) проводили заняття для місцевих школярів з метою пізнання біорізноманіття регіону, одним з завдань яких було презентувати червонокнижні види рослин і тварин і визначити заходи для їхнього збереження та мінімізації впливу на ці чутливі види флори та фауни регіону.

Розбудова громад – є активною позицією ТОВ «СИВАШЕНЕРГОПРОМ», враховуючи те, що Сиваська ВЕС розташована на території кількох ОТГ в Херсонській області. Основні програми, які впроваджувало підприємство, були націлені на покращення соціальної інфраструктури населених пунктів громад. Для успішного ведення бізнесу вкрай важливо розробити програму співпраці з громадами для досягнення стратегічних цілей бізнесу, створюючи в процесі діяльності цінності не тільки для власного бізнесу, але й для нашої країни [3].

Список літератури:

1. Зелена енергетика: як бізнес стає екологічним. URL: <https://www.epravda.com.ua/projects/ekonomika-bez-vykydiv/2021/05/17/673870/>. (Дата звернення: 18.03.2023).
2. Ціна держави. Екологічний аспект. URL: <http://auto.cost.ua/ekologichniy-aspekt/>. (Дата звернення: 22.04.2023).
3. Лагута Я.М. Стейкхолдерський підхід в корпоративній соціальній відповідальності компанії. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2017. Вип. 25 (1). С. 130-133. (Дата звернення: 22.04.2023).

- URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_25%281%29__29.
4. Coal power air pollution in Europe. URL: <https://ember-climate.org>. (Дата звернення: 22.04.2023).
 5. Opinion: Ukraine's post-war green recovery is essential for Europe's security by Kostiantyn Krynytskyi. *Ecoaction. Thomson Reuters Foundation News*. URL: https://news.trust.org/item/20220412163221-dexaq/?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=trf-stories. (Дата звернення: 18.03.2023).
 6. International Organization for Standardization. ISO 26000:2010. Guidance on social responsibility. URL: <https://www.iso.org/standard/42546.html>. (Дата звернення: 18.04.2023).
 7. IFC performance standard. Part 1. Assessment and Management of Environmental and Social Risks and Impacts. URL: https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/c02c2e86-e6cd-4b55-95a2-b3395d204279/IFC_Performance_Standards/. (Дата звернення: 28.03.2023).

Костилен О.
 ННІБО ім. А. Поручника, магістрант

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICES IN UKRAINIAN CONSTRUCTION MARKET AND ITS CORRELATION WITH SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Corporate Social Responsibility (CSR) is a critical concept in the contemporary business world as it enables firms to consider the societal and environmental implications of their operations. In Ukraine, the construction market is an important sector, and the need for firms to embrace CSR practices has become increasingly important. This paper examines CSR practices in the Ukrainian construction market and their correlation with sustainable development goals.

According to a survey [1] conducted by Deloitte, 94% of Ukrainian companies believe that CSR is an essential component of their corporate strategy. This belief is also reflected in the country's legislation, as companies are required to consider

environmental and social factors in their operations. [2] In the construction industry, CSR practices include the provision of safe working conditions for employees, the reduction of waste and pollution, and the promotion of sustainable building practices.

One of the ways that CSR practices in the Ukrainian construction market correlate with sustainable development goals is through the promotion of energy-efficient buildings. Ukraine's energy consumption per capita is one of the highest in Europe [3], and the construction sector is a significant contributor to this trend. Therefore, the promotion of energy-efficient buildings is essential to reduce the country's carbon footprint and meet its commitments under the Paris Agreement. CSR practices that promote energy efficiency include the use of renewable energy sources, the implementation of energy-efficient building designs, and the use of sustainable building materials. [4]

Another way that CSR practices in the Ukrainian construction market correlate with sustainable development goals is through the promotion of responsible waste management. The construction industry is one of the largest producers of waste globally, and Ukraine is no exception. [5] CSR practices that promote responsible waste management include the recycling of construction materials, the reduction of waste through better planning and design, and the use of sustainable materials that can be easily recycled.

However, this list is not exhaustive, additional examples of CSR practices that are relevant to the Ukrainian construction market:

1. **Community Engagement:** Construction firms can engage with local communities by supporting initiatives that promote social development and economic growth. For instance, they can sponsor local events, provide job opportunities, or contribute to community development projects.

2. **Health and Safety:** Construction firms can ensure the safety of their employees by providing training, protective gear, and implementing safety protocols. They can also promote the health and wellbeing of their workers by providing access to healthcare and wellness programs.

3. **Ethics and Transparency:** Construction firms can demonstrate ethical behavior and transparency in their operations by adhering to ethical business practices, avoiding corruption, and providing transparent communication with stakeholders.

4. **Diversity and Inclusion:** Construction firms can promote diversity and inclusion in the workplace by providing equal employment opportunities, supporting minority-owned businesses, and creating a welcoming work environment for all employees.

5. **Supply Chain Management:** Construction firms can ensure responsible sourcing and supply chain management by requiring suppliers to adhere to environmental and social standards. They can also promote sustainable procurement practices and reduce the environmental impact of their supply chain.

By embracing these CSR practices, construction firms can contribute to sustainable development goals and build a positive reputation among stakeholders.

In conclusion, CSR practices are an essential component of the Ukrainian construction market, and they correlate with sustainable development goals. By embracing CSR practices, construction firms can promote sustainable building practices, reduce their carbon footprint, and promote responsible waste management. However, there is still room for improvement, and firms need to continue to explore innovative ways to promote CSR practices and contribute to sustainable development in Ukraine.

Sources:

1. Deloitte, "Corporate Social Responsibility in Ukraine: 2020 Survey Results," <https://www2.deloitte.com/ua/en/pages/about-deloitte/articles/csr-survey-2020.html>.
2. Ukrainian Law "On Environmental Impact Assessment" No. 2059-VIII of 23 May 2017.
3. "Ukraine Energy Profile," International Energy Agency, accessed April 22, 2023, <https://www.iea.org/countries/ukraine>.

4. "Sustainable Building Practices," United Nations Environment Programme, accessed April 22, 2023, <https://www.unenvironment.org/explore-topics/sustainable-buildings/sustainable-building-practices>.

5. "Construction and Demolition Waste," European Environment Agency, accessed April 22, 2023, <https://www.eea.europa.eu/themes/waste/resource-efficiency/construction-and-demolition-waste>.

Левченко В.І.

(ННІБО ім. А.Поручника, магістрант)

ПРИНЦИПИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В ПОЛІТИЦІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ

Актуальність. Сьогодні розвиток будь-якої організації неможливий без запровадження соціальної відповідальності, яка є одним із основних напрямів діяльності та є дієвою для розуміння соціальної значущості підприємства у соціальній сфері. Соціальна відповідальність є фактором реалізації цілей та розвитку іміджу самого підприємства.

Впровадження принципів соціальної відповідальності (СР) для медичної установи є однією з найважливіших складових успішного існування, оскільки переходить на найвищий рівень взаємозв'язку установи з суспільством.

Мета дослідження: визначення особливостей упровадження соціальної відповідальності в управлінні персоналом медичного закладу

Проблеми впровадження соціальної відповідальності в політиці управління персоналом у різних аспектах детально досліджені зарубіжними та українськими вченими. Серед вітчизняних досліджень у галузі соціальної відповідальності відомі роботи В. Грищук, Н. Кравченко, О. Крупський, Н. Лубенець, Т. Маматова, Н.О. Ткаченко, Ю. Стасюк та ін.

Виклад основного матеріалу. Важливим інструментом покращення сприйняття будь-якого бізнесу громадами є таке соціальне явище, як соціальна відповідальність підприємств взагалі та закладів охорони здоров'я зокрема. У більшості випадків соціальна відповідальність українських закладів та організацій

націлена, передусім, на трудові відносини між працівниками і роботодавцем та заходи, скеровані на захист здоров'я й безпеку споживачів [4].

Соціальна відповідальність є імplementованим у процес корпоративного управління певним типом соціальних обов'язків (здебільшого вони носять добровільний характер) перед працівниками, партнерами, державою, інститутами громадянського суспільства та суспільством загалом [1]. Соціальна відповідальність означає раціональний вплив суб'єкта господарювання на систему суперечливих очікувань зацікавлених сторін (стейкхолдерів), що спрямований на досягнення стратегічної мети суб'єкта господарювання; це відповідальність тих осіб, які приймають управлінські рішення, перед тими суб'єктами процесу управління, на кого ці рішення націлені [2].

Справжній кінцевий соціальний результат охорони здоров'я – це зниження захворюваності та підвищення тривалості життя населення.

До принципів соціальної відповідальності можна віднести:

1. Повне виконання закладом усіх зобов'язань у рамках вимог, сформульованих законодавством.

2. Підзвітність – організація має звітувати щодо впливу своєї діяльності на суспільство та довкілля.

3. Прозорість – потрібно бути чесними в рішеннях і діяльності, які впливають на інших.

4. Поміркваність у прийнятті тих чи інших рішень (мета поміркваності – збереження життя, і лише майбутнє покоління здатне повноцінно оцінити наслідки сьогоденної діяльності).

5. Професійна компетентність – наявність знань, досвіду, здобуття освіти у відповідній галузі діяльності; творча спрямованість як схильність до творчої ініціативи.

6. Дотримання принципів екологічної безпеки [3].

Перебуваючи в рамках бюджетного фінансування, медичний заклад не має можливості надавати значну матеріальну допомогу сім'ям, які знаходяться у скрутній ситуації та суттєво впливати на ці випадки, вживати комплекс заходів з

виховання у населення здорового способу життя, проводити профілактичні обстеження людей, які знаходяться у групах ризику [5].

Що стосується проведення енергозберігаючих та екологічнозначущих заходів, то для медичних закладів пропонується перехід на «зелену» енергетику, а саме встановлення сонячних батарей для зменшення енергоспоживання.

Висновки. Медичні заклади впроваджуючи принципи соціальної відповідальності, спираються на базовий рівень своєї діяльності в межах напрямків правової, економічної та екологічної відповідальності, які тісно взаємопов'язані. Найбільш різноманітною є неправова відповідальність, складовими якої є інформування суспільства, дотримання етики та деонтології, охорона навколишнього середовища. Сукупність виконання поставлених завдань щодо розвитку та покращення соціальної відповідальності за визначеними напрямками дозволить досягти належного рівня у взаємовідносинах між закладом охорони здоров'я та державою, закладом охорони здоров'я та пацієнтами, тобто усіма стейкхолдерами закладу.

Список літератури:

1. Гришук В. К. Соціальна відповідальність: навчальний посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2012. 152 с.
2. Кравченко Н. В., Ковальчук Т. М. Соціальні інвестиції: сутність і роль у формуванні ресурсно-компетенційної бази підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. №15.
3. Крупський О., Стасюк Ю., Лубенець Н. Формування системи управління соціальною відповідальністю закладу охорони здоров'я. *Теорія та практика управління суб'єктами підприємництва*. 2021. С. 173-190.
4. Маматова Т. Міжнародні стандарти корпоративної соціальної відповідальності: механізм адаптації для органів державного контролю України. *Державне управління та місцеве самоврядування: зб. наук. пр. Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ*, 2010. Вип. 1 (4). С. 109-120.

5. Ткаченко Н. О. Актуальність соціальної відповідальності у фармації. *Актуальні питання фармацевтичної і медичної науки та практики*. 2012. № 1. С. 106-108.

Осіян Олег

ЩОДО УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ

Актуальність. Останніми роками медичні заклади зіштовхуються з багатьма викликами, серед яких старіння населення, зростання хронічних захворювань, нестача фінансових та людських ресурсів, а також підвищення ролі інформаційних технологій у медицині. Крім того, пандемія COVID-19 внесла свої корективи, наголосивши на важливості ефективної організації роботи медичних закладів.

Також актуальність даної теми посилюється недостатньою увагою до проблем управління ефективністю медичних закладів в наукових дослідженнях, а також відсутністю єдиної методології оцінки та покращення ефективності. Все це призводить до необхідності вивчення, аналізу та практичного застосування різних підходів та інструментів управління ефективністю медичних закладів.

У зв'язку з цим, дослідження та розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності управління медичними закладами є надзвичайно актуальними для сьогодення та майбутнього розвитку системи охорони здоров'я. Результати таких досліджень можуть допомогти медичним закладам краще розуміти свої потреби, виявляти слабкі сторони, розробляти та впроваджувати ефективні стратегії та підходи, що сприятимуть покращенню якості медичної допомоги, забезпеченню доступності послуг для пацієнтів та зростанню конкурентоспроможності медичних закладів на ринку.

Метою дослідження є вивчення методів та підходів управління ефективністю медичного закладу, виявлення основних показників ефективності та розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності медичних закладів.

Специфіка управління ефективністю медичних закладів в роботах І. І. Богданової, С. В. Гаврилів, Л. І. Дяченко, Л. Г. Мельник, О. М. Романенко, О. В. Стельмах, І. В. Яремко, С. В. Ярмолук та ін.

Виклад основного матеріалу. Для оцінки ефективності медичного закладу важливо враховувати різні аспекти, такі як фінансові результати, якість медичних послуг, пацієнтозорієнтованість та внутрішні процеси. Це вимагає регулярного відстеження та аналізу показників, що відображають стан закладу з різних точок зору [4].

У сучасних умовах медичні заклади можуть скористатися різними методами та підходами до підвищення ефективності своєї діяльності. Адаптивне управління дозволяє медичним закладам швидко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі та оптимізувати свої ресурси. Система балансових показників допомагає визначити ключові фактори успіху та стежити за їхньою ефективністю. Оцінка стратегічного потенціалу дозволяє медичним закладам визначити свої переваги та можливості для подальшого розвитку.

Управління персоналом відіграє важливу роль у підвищенні ефективності медичного закладу. Мотивація, навчання та розвиток працівників суттєво впливають на результативність медичних послуг та загальну продуктивність закладу.

Інноваційний підхід може значно підвищити ефективність медичного закладу. Використання новітніх технологій, електронних медичних записів та телемедицини може поліпшити якість медичної допомоги, забезпечити швидше виявлення та лікування хвороб, а також зменшити витрати на діагностику та лікування [4].

Забезпечення ефективності медичного закладу також потребує активного залучення пацієнтів, їх родичів та партнерів до процесу управління. Врахування потреб пацієнтів, їхніх скарг та пропозицій може сприяти підвищенню рівня задоволеності пацієнтів та довіри до медичного закладу. Співпраця з партнерами, такими як інші медичні заклади, страхові компанії та фармацевтичні компанії,

може розширити можливості для покращення якості та доступності медичних послуг [1].

Враховуючи вищезазначені аспекти управління ефективністю медичного закладу, необхідно розробити комплексну стратегію, яка б враховувала різні фактори, що впливають на результативність закладу. Основою такої стратегії має стати системний підхід до оцінки та підвищення ефективності медичного закладу, який включає аналіз сильних та слабких сторін, визначення пріоритетних напрямів розвитку та розробку відповідних заходів для їх реалізації. Також важливо забезпечити постійний моніторинг та контроль за виконанням заходів, що сприяють підвищенню ефективності медичного закладу.

Окрім того, медичні заклади повинні працювати над розвитком корпоративної культури, яка сприяє високій ефективності, відкритості та співпраці між співробітниками, пацієнтами та партнерами. Це може включати проведення тренінгів та семінарів для співробітників, створення комфортних умов праці та навчання, а також розвиток комунікаційних каналів для збору та обміну інформацією між різними учасниками медичного процесу [2].

У цілому, ефективне управління медичним закладом вимагає комплексного та системного підходу, який враховує всі аспекти діяльності закладу, включаючи оцінку ефективності, стратегічне планування, управління персоналом, інновації та залучення пацієнтів та партнерів до процесу управління. Тільки такий підхід дозволить медичним закладам підвищити рівень наданих послуг, задовольнити потреби пацієнтів та покращити свою конкурентоспроможність на ринку медичних послуг.

Для подальшого розвитку та підвищення ефективності медичного закладу, керівництво може розглянути наступні напрями:

Розширення спектру медичних послуг та спеціалізацій допоможе медичному закладу забезпечити більш повне задоволення потреб пацієнтів та залучити нових клієнтів. Це може включати відкриття нових відділень, організацію спеціалізованих курсів для співробітників та розвиток міждисциплінарного підходу до лікування хвороб [7].

Швидкий розвиток медичних технологій надає медичним закладам можливості для покращення якості медичної допомоги та зниження витрат. Впровадження новітніх діагностичних та лікувальних методів, використання інформаційних технологій та робототехніки можуть допомогти підвищити ефективність закладу [4].

Співпраця з іншими медичними закладами, науково-дослідними установами, фармацевтичними компаніями та страховими компаніями може сприяти обміну знаннями, розвитку спільних проектів та підвищенню загальної ефективності медичного закладу.

Забезпечення відкритості та прозорості медичного закладу, а також активна співпраця з представниками громадськості та ЗМІ, можуть сприяти зміцненню репутації медичного закладу та підвищенню довіри до нього. Важливо регулярно інформувати пацієнтів та громадськість про нові послуги, досягнення та плани розвитку, а також забезпечити прозорий процес прийняття рішень та відкритий діалог зі стейкхолдерами [5].

Активна участь медичного закладу у міжнародних проектах, програмах та дослідницьких ініціативах може допомогти отримати доступ до новітніх знань, технологій та фінансових ресурсів. Це також сприяє розвитку професійних контактів, обміну досвідом та підвищенню авторитету медичного закладу на міжнародному рівні [3].

Медичні заклади мають враховувати свою відповідальність за забезпечення екологічної безпеки та сталого розвитку. Це може включати впровадження енергоефективних технологій, оптимізацію використання ресурсів, утилізацію медичних відходів та розвиток еко-ініціатив для співробітників та пацієнтів. Застосування екологічних практик може підвищити репутацію закладу в очах пацієнтів та стейкхолдерів [1].

З урахуванням поширення технологій та змін у сучасному світі, розвиток дистанційних медичних послуг може стати важливим напрямом для підвищення ефективності медичного закладу. Телемедицина, консультування онлайн, проведення вебінарів та освітніх програм для пацієнтів та співробітників можуть

допомогти забезпечити доступ до медичних послуг для більшої кількості людей та оптимізувати роботу персоналу [6].

Усі ці напрями можуть стати частинами комплексної стратегії розвитку медичного закладу, спрямованої на підвищення ефективності та задоволення потреб пацієнтів. Інтеграція таких підходів у практику управління вимагає системного мислення, гнучкості та адаптивності керівництва медичного закладу. Впровадження цих заходів дозволить медичним закладам реагувати на сучасні виклики, покращити свою конкурентоспроможність та забезпечити стійкий розвиток у майбутньому.

Висновки. Управління ефективністю медичного закладу є актуальною темою, яка потребує комплексного підходу та постійного аналізу показників ефективності. Методи та підходи до підвищення ефективності медичного закладу повинні ґрунтуватися на адаптивному управлінні, системі балансових показників та оцінці стратегічного потенціалу. Управління персоналом відіграє важливу роль у підвищенні ефективності медичного закладу, і слід приділяти увагу мотивації, навчанню та розвитку працівників. Впровадження інновацій у медичних закладах може суттєво покращити якість медичної допомоги та забезпечити високий рівень ефективності.

Список літератури:

1. Гончаренко В. В. Екологічний аспект управління медичним закладом. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: "Екологія". 2020. Вип. 54. С. 61-65.
2. Курочкін О. В., Сидоренко В. Є. Інформаційні технології в організації роботи медичних закладів. Економічний аналіз. 2019. Том 29, № 2. С. 63-70.
3. Литвиненко Л. А., Ковтун О. С. Оцінка ефективності діяльності медичних закладів: методичні аспекти. Економіка та управління підприємствами, галузями, комплексами. 2017. № 27(1). С. 39-45.
4. Мельник Л. Г., Романенко О. В. Концепція управління ефективністю медичних закладів на основі системного підходу. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2019. Вип. 2(13). С. 156-162.

5. Петрова К. І., Лук'янова Л. В. Управління фінансовою стабільністю медичних закладів. Економіка: реалії часу. 2017. № 3(31). С. 91-97.

6. Савченко В. І., Таран В. І. Телемедицина в системі охорони здоров'я України: перспективи та проблеми. Медична інформатика та інженерія. 2018. № 1. С. 42-47.

7. Федорчук О. Г., Луценко М. М. Стратегічне управління розвитком медичних закладів на регіональному рівні. Ефективна економіка. 2020. № 2. Доступно за посиланням: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7883> (дата звернення: 25.04.2023).

Леута Н.О.

(ННІБО ім.А.Поручника, магістрант)

ПРІОРИТЕТНІ ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПАТ «ФАРМАК»

Сучасні підходи до розвитку бізнесу базуються на концептуальних основах взаємодії бізнесу із суспільством. Бізнес і суспільство є невіддільними і доповнюють і розкривають можливості один одного.

Корпоративна соціальна відповідальність є одним із сильних стратегічних напрямів розвитку компанії в сучасних умовах. Компанія «Фармак» долучилася і використовує кращі практики соціальної відповідальності, які спрямовані на забезпечення глобальних цілей сталого розвитку.

В 2016 році «Фармак» почав співпрацювати із Центром «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». В Україні цей центр є найбільшим серед спільноти експертів соціально відповідальних підприємств.

В 2019 році компанія долучилась до реалізації 10 цілей сталого розвитку, закріплених Глобальним договором ООН [1]. Пріоритетні цілі компанії, які постійно впроваджуються в корпоративну культуру і реалізуються в бізнес-процесах компанії зображено на Рис.1.

Досягнення цих цілей дозволяє компанії тримати високий рівень соціальної відповідальності і бути лідером серед національних підприємств. Компанію

«Фармак» неодноразово отримувала нагороди в різних номінаціях. Так, в 2019 році вона здобула нагороду «Business Hero» за впровадження у практичну свою діяльність різних проєктів із соціальної відповідальності [2].

Серед основних напрямів сталого розвитку, які характеризують високу корпоративну соціальну відповідальність виділяються соціальний та екологічний. Саме за реалізацію цих напрямів різними проєктами

Соціально-економічна діяльність компанії дозволяє їй формувати контури циркулярної економіки. На підтвердження цього наведемо деякі факти. В 2021 році компанія збирає 185 кг відпрацьованих батарейок та відправила їх на переробку, 8176 кг макулатури було відправлено в подальшу переробку, зменшено споживання природного газу на 9,28%, електроенергії – на 15,56%, води – на 27,91%.



Рис.1. Пріоритетні цілі сталого розвитку компанії «Фармак»

Джерело: побудовано автором за матеріалами [3]

Під час війни, не зважаючи на загрози ракетних ударів, продовжували працювати два заводи компанії, які виробляли необхідні для населення та Збройних сил України ліки.

Важливим напрямом стратегії розвитку компанії є вдосконалення Системи управління безпекою та гігієною праці, яка базується на запроваджених компанією двох міжнародних стандартів ISO 45001 «Системи управління охороною здоров'я та безпекою праці» та системи енергетичного менеджменту, згідно стандарту ISO 50001 «Сертифікація систем енергетичного менеджменту. Вимоги та настанова щодо використання».

Благодійна допомога є важливим соціальним напрямом для компанії. Протягом останніх років компанія «Фармак» та Благодійний фонд Родини Жебрівських продовжували постійно надавати благодійну допомогу та підтримувати реалізацію соціальних проєктів. Так, загальний обсяг благодійної допомоги в 2021 році склав 270 млн грн. В умовах воєнного стану посилюється волонтерський рух, організований працівниками компанії.

Діяльність «Фармак» базується на принципах ведення прозорого бізнесу. Це означає, що компанія працює в правовому полі, на засадах недопущення проявів корупції або хабарництва. Показовим досвідом для інших підприємств може слугувати Антикорупційна програма, яка успішно запроваджена в стратегії розвитку підприємства.

Компанія «Фармак» має свою власну стратегію корпоративної соціальної відповідальності, яка робить внесок у реалізацію глобальних цілей сталого розвитку. Це підтверджується лідерськими позиціями компанії на фармацевтичному ринку України.

Список літератури:

4. Цілі сталого розвитку. Резолюція Генеральної Асамблеї ООН. 2015. 25 вересня. URL: <https://www.unfpa.org/resources/transforming-our-world-2030-agenda-sustainable-development>

5. «Фармак» став членом центру «Розвиток КСВ» в Україні. URL: https://farmak.ua/news/farmak-_stav_chlenom_tsentrou__-rozvitok_ksv-_v_oukraini/

6. Звіт зі сталого розвитку «Фармак» за 2021 рік. URL: https://farmak.ua/wp-content/uploads/2022/12/zvit_zi_stalogo_rozvitku_2021-1.pdf

Омельченко О.В.

(ННІБО імені А. Поручника, освітньо-професійна програма
«Бізнес – адміністрування у галузі охорони здоров'я», магістрант)

Науковий керівник: Куліш Г. П.

**к. е. н., проф. кафедри корпоративних фінансів та контролінгу
«КНЕУ імені Вадима Гетьмана»**

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: ПІДХОДИ ТА ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Соціальна відповідальність - це підхід до бізнесу та управління, що передбачає врахування економічних, соціальних та екологічних наслідків своїх дій на людей, суспільство та навколишнє середовище. Це означає, що компанії та урядові установи повинні вести бізнес та управляти країною таким чином, щоб забезпечити належну увагу не лише фінансовим результатам, але й соціальним та екологічним викликам. Основний принцип соціальної відповідальності полягає в тому, що управління бізнесом повинно відповідати етичним принципами та стандартами, основним завданням, визначених стейкхолдерами, сприяти сталому розвитку суспільства та навколишнього середовища. Одним із головних викликів сталого розвитку є забезпечення економічного зростання з врахуванням впливу на природні ресурси та добробут людей. Сталий розвиток передбачає збалансованість розвитку економічної, екологічної та соціальної систем і одночасну їх здатність до саморегуляції та відтворення [1]. Сталість вимагає більш широкого підходу до економічного розвитку, включаючи врахування соціальних та екологічних викликів. Корпоративну соціальну відповідальність часто розуміють як добровільне дотримання певних правил, які лежать поза законами та стандартами. Роблячи це, ви обіцяєте діяти відповідально та морально щодо своїх співробітників, партнерів та акціонерів, а також навколишнього середовища [2]. Таким чином, соціальна відповідальність бізнесу є важливим елементом сталого розвитку, який вимагає від управління бізнесом відповідальності за економічні, соціальні та екологічні наслідки своїх дій.

На жаль, в Україні в даний час економічна та екологічна ситуація є досить складною. Країна переживає низку проблем, які впливають на економіку. Найбільший вплив має війна з Росією, але такі системні проблеми як корупція, недостатня розвиненість інфраструктури, складна податкова та митна система, низький рівень інвестицій та світова пандемія COVID-19, яка також мала серйозний вплив на економіку України та зумовила складну ситуацію з охороною здоров'я та масовими заходами для зменшення поширення захворювання. Війна в Україні суттєво погіршила екологічну ситуацію в цій області та сусідніх регіонах. Відсутність контролю за рухом вантажів та транспорту, відкриті пошкоджені нафтопроводи та газопроводи, електромережі, окупація 18% територій України, а також вибухи на військових складах призвели до серйозного забруднення ґрунтів, водних ресурсів та повітря. Також внаслідок війни стали поширюватися забруднення у зоні бойових дій через використання артилерії та вогнеметів, які залишають отруйні речовини та забруднюють природне середовище. Всі ці фактори зумовлюють негативний вплив на економіку України, такий як спад виробництва, зниження доходів населення, збільшення безробіття та зменшення інвестицій. Однак, уряд України вживає заходів для покращення економічної ситуації, таких як залучення іноземних інвестицій.

Залучення інвесторів в Україну через високу соціальну відповідальність може бути досягнуто шляхом введення різноманітних заходів та політик, які сприятимуть покращенню соціальної сфери та забезпеченню високих стандартів етики та екології. Одним з таких заходів може бути створення спеціальної програми, яка б сприяла розвитку соціально-відповідального бізнесу в Україні. Ця програма могла б включати в себе фінансову підтримку, допомогу в інтеграції соціальних проектів в бізнес-моделі компаній, а також навчання та консультування з питань соціальної відповідальності. Також можна розглядати можливість встановлення загальноприйнятих світових стандартів соціальної відповідальності для компаній, що працюють в Україні. Це може забезпечити високий рівень відповідальності компаній перед споживачами та громадськістю в

цілому. Більшість вітчизняних компаній прагнуть використовувати міжнародні стандарти та сертифікацію.

Тому важливо забезпечити прозорість та відкритість управління компаніями, що працюють в Україні. Це може бути досягнуто через забезпечення високого рівня корпоративної соціальної відповідальності, відкритість фінансової звітності та надання регулярних звітів про вплив діяльності компаній на довкілля та соціальну сферу[3].

В цілому, залучення інвесторів в Україну за рахунок високої соціальної відповідальності може бути досягнуто через комплексний підхід, що включає в себе створення сприятливих умов для розвитку соціально-відповідального бізнесу, створення навчальних програм, сприяння дослідженням та ініціативам у галузі екології та соціальної відповідальності, забезпечення високих стандартів етики та екології, прозорості та відкритості управління компаніями, підвищення екологічної свідомості та культури в країні, та активної співпраці з громадськістю та стейкхолдерами [4] .

Якщо ж розглянути необхідність високої соціальної відповідальності на прикладі медичного бізнесу, то на сьогодні це є важливим фактором, який враховується при конкуренції між медичними центрами в Україні. Медичні заклади, які проявляють більшу соціальну відповідальність, можуть здобути популярність серед клієнтів, отримуючи конкурентну перевагу[5]. Враховуючи визначені в нашій країні проблеми, основними напрямками розвитку соціальної відповідальності медичних центрів можуть бути наступними:

1. Надання доступних цін на медичні послуги для широкого загалу населення.
2. Проведення благодійних акцій та допомога військовим та їх сім'ям, малозабезпеченим верствам населення.
3. Здійснення ініціатив щодо підвищення рівня свідомості населення щодо проблем здоров'я та профілактики захворювань.
4. Впровадження сучасних методів та технологій лікування та діагностики.

5. Забезпечення найвищого рівня якості надання медичних послуг та безпеки пацієнтів.

6. Практика «зеленого офісу».

Медичні центри, які активно працюють над соціальною відповідальністю та притримуються зазначених напрямків, можуть здобути довіру та підтримку населення. Це може сприяти збільшенню клієнтської бази та конкурентній перевазі на ринку медичних послуг в Україні.

В умовах війни та збройного конфлікту складно зберегти економічну стабільність, забезпечити сталий розвиток та залучити іноземні інвестиції. Для бізнесу цей стан можна назвати вкрай ризиковим. Наразі багато українців знаходяться за кордоном, доповнюють іміджеву картину нашої держави та поглинають позитивний екологічний та соціальний досвід. Це в подальшому принесе неабияку користь у розвитку та ведення прозорого бізнесу в Україні та заохоченням до співпраці інвесторів з інших країн. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ чи CSR - Corporate Social Responsibility) набуває все більшого значення в практиці бізнесу. Зрештою, подання хорошого прикладу як організації що діє в екологічно чистий спосіб покращує її репутацію – серед клієнтів, партнерів, широкої громадськості чи власних працівників. Одне можна сказати напевно: компанії та країни, які демонструють свою діяльність не лише з економічної точки зору, а й з соціальної та екологічної точки зору, отримують значно більшу підтримку в усіх сферах [6].

Список літератури:

1. Соціальна відповідальність у системі сталого розвитку. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/Socialna-vidpovidalnist.pdf>
2. Корпоративна соціальна відповідальність. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.dqsglobal.com/gb-en/blog/corporate-social-responsibility-evidenced-by-a-certificate#corporate-social-responsibility-nachweis-mit-zertifikat-chapter01>
3. "Corporate Social Responsibility as a Determinant of Foreign Direct Investment" - дослідження взаємозв'язку між соціальною відповідальністю та притягненням іноземних інвестицій. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1042444X20300529>

4. Як корпоративна соціальна відповідальність впливає на ефективність інвестицій. URL:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1042444X1730035X>

5. Корпоративна соціальна відповідальність. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.routledge.com/Corporate-Social-Responsibility-The-Role-of-Business-in-Sustainable-Development/Williams/p/book/9780415824972#>

6. Соціальна відповідальність в медичній галузі України. URL:

a. <https://www.dqsglobal.com/gb-en/blog/corporate-social-responsibility-evidenced-by-a-certificate>

Klymenko L.

Educational and Scientific Institute of Business Education named after Anatolii Poruchnyk, Master's student

DETERMINANTS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS

Social responsibility means that businesses, in addition to maximizing shareholder value, must act in a manner benefiting society, not just the bottom line. Social responsibility has become increasingly important to investors and consumers who seek investments that not only are profitable but also contribute to the welfare of society and the environment. While critics have traditionally argued that the basic nature of business does not consider society as a stakeholder, younger generations are embracing social responsibility and driving change.

- Social responsibility means that besides maximizing shareholder value, businesses should operate in a way that benefits society.

- Socially responsible companies should adopt policies that promote the well-being of society and the environment while lessening negative impacts on them.

- Companies can act responsibly in many ways, such as by promoting volunteering, making changes that benefit the environment, engaging in ethical labor practices, and engaging in charitable giving.

- Consumers are more actively looking to buy goods and services from socially responsible companies, hence impacting their profitability.

- Critics assert that practicing social responsibility is the opposite of why businesses exist.

Understanding Social Responsibility

Social responsibility means that individuals and companies must act in the best interests of their environment and society as a whole. As it applies to business, social responsibility is known as corporate social responsibility (CSR) and is becoming a more prominent area of focus within businesses due to shifting social norms.

The crux of this theory is to enact policies that promote an ethical balance between the dual mandates of striving for profitability and benefiting society as a whole. These policies can be either commission (philanthropy: donations of money, time, or resources) or omission (e.g., “go green” initiatives such as reducing greenhouse gases or abiding by U.S. Environmental Protection Agency regulations to limit pollution).

Many companies, such as those with “green” policies, have made social responsibility an integral part of their business models, and they have done so without compromising profitability.

Additionally, more investors and consumers are factoring in a company’s commitment to socially responsible practices before making an investment or purchase. As such, embracing social responsibility can benefit the prime directive: maximization of shareholder value.

There is a moral imperative as well. Actions—or the lack thereof—will affect future generations. Put simply, social responsibility is just good business practice, and a failure to do so can have a deleterious effect on the balance sheet.

Social responsibility can also boost company morale, especially when a company can engage employees with its social causes.

Examples of Socially Responsible Corporations

Social responsibility takes on different meanings within industries and companies. For example:

- Starbucks Corp. (SBUX) committed to social responsibility from the start, including sustainability and community welfare. It purchases Fair Trade Certified ingredients to manufacture products and actively supports sustainable farming in the regions where ingredients are sourced.

- Ben & Jerry's Homemade Holdings Inc. has integrated social responsibility into the core of its operations. Like Starbucks, the company purchases Fair Trade Certified ingredients.

- The Lego Group, manufacturer of Lego toys, has committed to reducing its carbon impact. It was named a World Wildlife Fund Climate Savers Partner in 2014.

- Salesforce.com Inc. (CRM) developed what it calls the 1-1-1 model. The company dedicates 1% of its equity, 1% of its product, and 1% of employees' time back to the community.

- Big-box retailer Target Corp. (TGT), also well known for its social responsibility programs, has donated money to communities in which the stores operate, including education grants.

The main benefits of social responsibility. Benefiting society and lessening the negative impacts on the environment are among the main benefits of social responsibility. Consumers are increasingly looking to buy goods and services from socially responsible companies, which can have a positive impact on their bottom line. In addition to potentially increasing the bottom line, companies that implement social responsibility programs can also boost their brand image. Social responsibility programs can also have a positive impact on morale among employees.

Social responsibility benefits society and the environment while lessening negative impacts on them. Companies engaging in social responsibility can do so in a number of ways, including making changes that benefit the environment, engaging in ethical labor practices, promoting volunteering, and philanthropy. Consumers are more actively looking to do business with socially responsible companies, which can also benefit bottom lines.

References:

1. Article in Investopedia, written by Akhilesh Ganti

URL: <https://www.investopedia.com/terms/s/socialresponsibility.asp>

2. Starbucks corporation. "Starbucks Ethical Sourcing of Sustainable Products

URL: <https://www.starbucks.com/responsibility/sourcing/>

3. Harvard Law School Forum on Corporate Governance.

URL: <https://corpgov.law.harvard.edu/2011/02/28/investing-in-corporate-social-responsibility-to-enhance-customer-value/>

4. The New York Times.

URL: <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>

Явдошук А.Є.

ННІБО ім. А.Поручника, магістрант

СОЦІАЛЬНІ, ЕТИЧНІ ТА ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ/ІВ

Останнім часом особливого значення набув соціально-екологічний аналіз при реалізації проєктів. Врахування екологічних і соціальних ризиків і наслідків реалізації проєкту є важливою умовою оцінки соціальної ефективності проєкту, відповідності проєкту нормам і стандартам відповідального фінансування.

Як відомо, важливими позитивними рисами застосування основних положень соціальної відповідальності для розвитку підприємств будь-якої сфери діяльності є принесення користі суспільству країни в цілому, зменшення негативного впливу на довкілля, встановлення стабільних зв'язків організації із зовнішнім середовищем, забезпечення поліпшення економічних результатів діяльності та іміджу підприємства в цілому.

Підвищення якості продукції, сертифікація та оновлення виробничих фондів вплинуть на багато аспектів діяльності компанії та внесуть зміни в позицію соціальної відповідальності.

Нижче наведено опис видів відповідальності у внутрішньому та зовнішньому середовищі та опис результатів реалізації проєкту за видами.

Екологічна відповідальність:

Захист навколишнього середовища та захист здоров'я членів громади. Утилізація різних видів відходів підприємства. Підтримка програм пошуку альтернативного палива. Дотримання національних і міжнародних екологічних стандартів і рекомендацій. Виробництво екологічно чистої продукції, утилізація простроченої продукції. Дотримання санітарно-гігієнічних норм на робочому

місці. Поліпшення соціально-побутових умов персоналу, забезпечення екологічної безпеки

Соціальна відповідальність:

Визначення та задоволення соціальних вимог суспільства, в якому працює організація. Підтримка незахищених верств населення, культурна свідомість. Надання можливостей для особистого визнання, визнання трудових досягнень, задоволення потреб соціального статусу та самовираження, кар'єрного просування та професійного розвитку працівників. Формування програм відпочинку персоналу: фінансування путівок, проведення екскурсій. Соціальний пакет (навчання за рахунок компанії, безкоштовний проїзд або компенсація витрат на газ, житло, безкоштовне харчування).

Етична відповідальність:

Діяльність компанії повинна відповідати очікуванням зацікавлених сторін з дотриманням етичних стандартів. Надання відкритої та чесної інформації про діяльність та продукцію компанії. Розвиток корпоративної культури, системи корпоративної етики.

Таким чином, соціальні ефекти від вдосконалення та підвищення рівня управління якістю та оновлення виробничих фондів на ТОВ «Новації» наступні:

- підвищення якості управлінських рішень, пов'язаних з якістю та їх реалізацією;
- підвищення ефективності апарату управління в питаннях підвищення якості;
- підвищення кваліфікації керівних і виробничих працівників;
- підвищення безпеки продукції, послуг і робіт;
- поліпшення умов та організації праці
- удосконалення охорони праці;
- підвищення рівня безпеки працівників;
- збільшення доходів працівників;
- скорочення робочого часу працівників;
- підвищення ступеня задоволення фізіологічних потреб працівників;

- підвищення ступеня задоволення соціальних і моральних потреб;
- поліпшення житлово-побутових і культурно-побутових умов працівників, у тому числі поліпшення умов і можливостей відпочинку;
- удосконалення структури управління та виробничого персоналу.

Вплив на навколишнє середовище:

- зменшення забруднення навколишнього середовища, зменшення штрафів за порушення екологічних вимог;
- підвищення екологічності виробленої продукції та послуг;
- зменшення відходів виробництва;
- підвищення екологічної чистоти та ергономіки виробництва;
- покращення ергономіки (зниження рівня шуму та вібрації).

Етичним результатом роботи з модернізації та вдосконалення управління якістю та оновлення виробничих фондів є надання якісних послуг і продукції відповідно до всіх гуманітарних норм.

Отже, здійснення запропонованих заходів надасть підприємству не тільки економічний ефект, а також і вплине на соціально-екологічні наслідки роботи.

Список літератури:

1. Кучерук Г.Ю. Оцінка функціонування системи управління якістю на підприємстві. /Г. Ю. Кучерук, Т.О. Білопашка //Економіка & держава. – 2005. - №8.– С.25-28
2. Бичківський Р.В. Управління якістю : навч. посіб. / Р.В. Бичківський. – Л. : Львівська політехніка, 2000. – 473 с.
3. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ/ Навчальний посібник/ О.Є. Кузьмін, О.В. Пирог, Л.І. Чернобай, Н.С. Станасюк, І.І. Пасінович. — К. : Видавничий дім «Кондор», 2020. — 244 с.
4. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. –180 с.

Бондарєв Г.Г.

ННІБО імені А. Поручника, освітньо-професійна програма
«Бізнес – адміністрування у галузі охорони здоров'я», магістрант

Науковий керівник: Солодковська Г.В.

к. е. н., доцент кафедри міжнародної торгівлі та маркетингу

КНЕУ імені Вадима Гетьмана

МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ В ПРИВАТНОМУ МЕДИЧНОМУ ЗАКЛАДІ

Маркетинг приватних медичних закладів у соціальних мережах є важливим елементом стратегії розвитку медичного бізнесу в Україні. Приватні медичні заклади можуть використовувати соціальні мережі для залучення нових пацієнтів та підвищення лояльності і задоволення поточних клієнтів.

Особливості маркетингу приватних медичних закладів у соціальних мережах в Україні полягають у таких аспектах.

Залучення пацієнтів через інформаційну прозорість: українські клієнти дедалі більше довіряють медичним закладам, які надають детальну та об'єктивну інформацію про свої послуги та професійний рівень лікарів. Соціальні мережі дозволяють приватним медичним закладам публікувати інформацію про свої послуги та досвід роботи лікарів, що дозволяє залучати нових клієнтів [1].

Розвиток інтерактивного контенту: соціальні мережі дозволяють приватним медичним закладам використовувати різноманітні формати контенту, такі як відео, фото, інфографіки, опитування та тестування, що дозволяє залучати увагу та взаємодіяти з аудиторією.

Взаємодія з клієнтами: соціальні мережі дозволяють приватним медичним закладам взаємодіяти з клієнтами, відповідати на їх запитання та коментарі, а також залучати їх до участі у конкурсах та акціях [2].

Рекламні кампанії: соціальні мережі надають можливість розміщувати рекламні оголошення та проводити рекламні кампанії з точним таргетингом, що дозволяє приватним медичним закладам залучати цільову аудиторію та підвищувати свою відомість серед потенційних клієнтів [3].

Моніторинг результатів: для успішної соціальної медіа-стратегії важливо відстежувати результати та аналізувати їх, щоб виявити найбільш ефективні методи та коригувати свою стратегію відповідно.

Маркетинг приватних медичних закладів у соціальних мережах є важливим інструментом для залучення нових клієнтів та збереження лояльності поточних. Українські приватні медичні заклади можуть використовувати соціальні мережі для надання інформації про свої послуги та розвитку взаємодії з клієнтами, а також для проведення рекламних кампаній та аналізу результатів. Важливо пам'ятати про постійну роботу над контентом та взаємодію з аудиторією, щоб зберігати інтерес клієнтів та збільшувати свою відомість в інтернет-просторі [4].

Наступні кроки для приватних медичних закладів у сфері маркетингу в соціальних мережах можуть включати:

Підвищення якості контенту: приватні медичні заклади можуть зосередитися на створенні якісного та цікавого контенту, що дозволяє залучати увагу та взаємодіяти з аудиторією.

Взаємодія з впливовими особистостями: приватні медичні заклади можуть співпрацювати з впливовими особистостями, які мають велику кількість підписників у соціальних мережах, щоб збільшити свою відомість та привернути нових клієнтів.

Використання нових форматів контенту: приватні медичні заклади можуть використовувати нові формати контенту, такі як віртуальна реальність, щоб залучати увагу та відрізнитися від конкурентів.

Розвиток мобільних додатків: приватні медичні заклади можуть розробити мобільні додатки для зручності клієнтів та збільшення своєї відомості.

Маркетинг приватних медичних закладів у соціальних мережах є складним та динамічним процесом, який потребує постійного оновлення та вдосконалення. Однак, правильна стратегія маркетингу в соціальних мережах може принести значний успіх приватним медичним закладам в Україні, допомагаючи залучати нових клієнтів та зберігати лояльність поточних [5].

Важливим інструментом для приватних медичних закладів в Україні, які прагнуть досягти сталого розвитку є соціально відповідальний маркетинг в соціальних мережах. Щоб досягти успіху в маркетинговій комунікації в соціальних мережах, приватні медичні заклади повинні використовувати відповідальні підходи до взаємодії зі своєю аудиторією, враховуючи важливість етичності та дотримання законодавства в сфері охорони здоров'я.

У світлі викликів сталого розвитку, приватні медичні заклади мають забезпечувати доступність якісної медичної допомоги, зберігати довіру клієнтів та забезпечувати безпеку даних, а також враховувати важливість екологічної стійкості та соціальної відповідальності у своїй діяльності.

Отже, соціально відповідальний маркетинг в соціальних мережах має стати необхідним елементом стратегії розвитку приватних медичних закладів в Україні, що дозволить забезпечити ефективну комунікацію зі своєю аудиторією, збільшити свою популярність та підвищити рівень довіри клієнтів [6].

Список літератури:

1. Інформаційна прозорість в охороні здоров'я: світовий досвід та українська практика / І. А. Міщенко, О. В. Романюк // Медична газета. - 2018. - № 14-15. - С. 18-19.
2. Взаємодія зі споживачами через соціальні мережі / М. В. Дем'яненко // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2017. - № 2. - С. 77-85.
3. Використання таргетингу у соціальних мережах в Україні / О. В. Шевчук // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2020. - № 3. - С. 242-251.
4. Аналіз ефективності соціальних медіа-кампаній в Україні / О. О. Жук, Н. В. Ігнатенко, Н. О. Квіт // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2019. - № 1. - С. 153-162.
5. Кравченко, О. І. Застосування соціальних мереж в рекламі медичних послуг в Україні / О. І. Кравченко // Економічний простір. - 2019. - № 144. - С. 99-109.
6. Короткова, Л. С., Любімова, С. В., & Мельник, А. А. (2018). Соціально-відповідальний маркетинг як інструмент сталого розвитку приватних медичних закладів. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2, 227-236.

НОВІ ПІДХОДИ ДО КСВ : СТВОРЕННЯ НОВИХ ЦІННОСТЕЙ КОМПАНІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Найчастіше в науковій практичній і теоретичній літературі соціальна відповідальність бізнесу розглядається , як своєрідна концепція прав, гарантій, цілеспрямованої діяльності підприємницьких структур задля підвищення соціального рівня громадян, як працівників, так і споживачів продукції. [1,7с.]. Для кращого розуміння сутності категорії «соціальна відповідальність» доцільно керуватись визначенням Керівництва із соціальної відповідальності ISO 26 000 згідно якому «Соціальна відповідальність – це відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності (продукти, послуги, процеси) на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору та етичну поведінку, яка допомагає сталому розвитку, здоров'ю та добробуту суспільства; зважає на очікування зацікавлених сторін; не суперечить відповідному законодавству та міжнародним нормам поведінки; поширена у всій організації і практикується у відносинах [2, 56с.]. Класичне визначення корпоративної соціальної відповідальності наводить А. Керолл «Корпоративна соціальна відповідальність – це відповідність економічним, правовим, етичним і дискреційним очікуванням, що їх покладає суспільство на організації в даний період часу» [3, 500с.].

За мирних часів соціально відповідальна позиція бізнесу допомагала компаніям поліпшити свою ділову репутацію, сформувати позитивний імідж, встановити збалансовані та гармонійні відносини з державою та суспільством, отримувати прибутки від своєї діяльності. Але військові дії суттєво змінили розуміння соціальної відповідальності бізнесу, доповнюючи це поняття новими аспектами та змінюючи підхід до вже сформованих.

Корпоративна соціальна відповідальність тепер не прерогатива великих бізнесів, не опція і не спосіб покращити репутацію. Це невід'ємна частина компанії, яка хоче продовжувати працювати в Україні.

Вже зараз суспільство цікавить соціальна діяльність компанії, що вони роблять для підтримки України, і неодмінно запитуватимуть про це у

майбутньому. Зокрема, про це свідчить результати дослідження галузевого підрозділу Google та дослідницької компанії Kantar.

Дослідження показало, що понад 40% опитаних вважають переказ коштів на гуманітарну допомогу, підтримку переселенців та участь у волонтерській діяльності надзвичайно важливими складовими діяльності компанії [4].

Отже, в умовах загальної кризи та нових реаліях компанії необхідно:

1. Перегляд стратегії. Не зупинятися на минулих планах, які можуть втратити актуальність через складні умови. Необхідно експериментувати і шукати нові напрями для розвитку. Війна – вимушений драйвер руху вперед у пошуках нових джерел прибутку.

2. Необхідно переглянути, змінити підходи до управління компанією. Ті алгоритми, які були ефективними в мирний час, не діють під час війни. Кожен керівник повинен брати на себе відповідальність, навіть якщо доведеться централізувати систему прийняття рішень. Часто делегування не діє або ж відсутні певні ланки в цій системі.

Здатність оперативно реагувати на нагальні потреби, гнучкість бізнесу, забезпечення безпеки ресурсів і персоналу – першочергові завдання для кожної компанії. Від цього часто залежить її цілісність та здатність працювати далі.

3. Бізнес, який продовжує працювати під час війни, здатен надати державі необхідний імпульс та скерувати, у якому напрямку варто їй рухатись, щоб відродити економіку і повернути кваліфікованих працівників, які покинули країну. Варто показати, що ви не ігноруєте події, що відбуваються, а шукаєте шляхи працювати в нових умовах, підтримуєте економічну стабільність країни та своїх працівників. Це допоможе укріпити репутацію та попередити інформаційний вакуум навколо діяльності компанії або ж інші ризики.

Таким чином, сьогодні адаптація та розвиток КСВ для відповідального бізнесу в Україні, відповідно до реалій війни, є не лише гарантією існування компанії чи збереження співробітників, а й грає важливу роль на суспільному та економічному фронті.

Список літератури:

1. Золотарьова О.В. Соціальна відповідальність: Конспект лекцій / О.В. Золотарьова, В.К. Лебедева. – Дніпро: НМетАУ, 2018. 6 с.
2. Зінченко А.Г., Саприкіна М.А. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи розвитку. Київ : Вид-во «Фарбований лист», 2010. 56с.
3. Carroll A.B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*. 1979. Vol. 4(4). P. 500.
4. Реклама під час війни: що працює, а що ні – дослідження Kantar – Асоціація ритейлерів України . URL : <https://rau.ua/novyni/reklama-na-vijni-kantar/>
5. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Економічна теорія* . 2013. № 4. С. 5-26.
6. Петрашко Л.П. Корпоративна соціальна відповідальність в українській бізнеспрактиці. URL: http://ierjournal.com/journals/14-15/2011_6_Petrashko.pdf

Н.Б. Головань

ННІБО ім. А.Поручника, магістрант

ЦИФРОВІЗАЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ

Цифрова трансформація бізнесу набуває сьогодні поширення в усіх галузях, руйнуючи бар'єри між персоналом, бізнесом і товарами. На основі подолання цих бар'єрів створюються нові продукти (послуги) і відбувається пошук більш ефективних способів ведення бізнесу. Інновації проникають у всі типи організацій, підприємств і галузей. При цьому їх об'єднує спільна тема - формування здатності перетворювати процеси та бізнес-моделі, підвищувати ефективність роботи персоналу та впроваджувати інновації, а також персоналізувати досвід клієнта з метою розвитку цінностей.

Для цього компаніям медичної сфери, і не тільки, необхідно мати цифрову бізнес-модель, яка орієнтована на результат і має технологічну підтримку. Цифровізація бізнесу передбачає застосування технологій для побудови нових бізнес-моделей, процесів, програмного забезпечення і систем, які призводять до підвищення результативності діяльності підприємства, створення та закріплення конкурентних переваг і ефективного розвитку в цілому. Все це створює об'єктивну

необхідність перетворення процесів, підвищення ефективності функціонування персоналу і впровадження інновацій, персоналізації досвіду клієнтів з метою трансформації бізнес-моделі компанії в контексті цифровізації як на державному, так і глобальному рівні.

На сьогоднішній день можна виділити групу вчених, які розглядають окремі аспекти цифровізації економіки, як результат, і в той же час, як інструмент раціонального використання ресурсів. Наприклад, Гудзь Т.[1, с.31] визначає цифрову економіку як складову економічного виробництва, яка формується на основі широкого спектра «цифрових» ресурсів. Зацарінний А., Шабанов А.[2, с. 554] запропонували перспективну модель віртуальної («хмарної») цифрової платформи, яка продукує консолідований показник ресурсів автономних систем управління в організаційних системах.

Ряд вчених безпосередньо пов'язують цифровізацію бізнесу з реалізацією концепції «Індустрія 4.0». Ранні А., Дін М. [3, с. 25] наводять докладний аналіз факторів, що сприяють підвищенню ефективності виробництва в умовах цифрової економіки в контексті Індустрії 4.0.

У сучасних умовах економічного розвитку цифровізація компанії будується на багаторічному досвіді функціонування і більш широкому розумінні недоліків, які виникали до цього. Вона проводиться цифровими командами, які краще адаптовані для управління змінами, викликаними інноваціями. Крім того, важливо підкреслити, що цифровізація проникла в суспільне надбання на різних рівнях, причому цифровими стратегіями займаються як країни та економічні союзи, так і окремі бізнес-структури. З цим розвитком можна очікувати, що в даний час цифрова трансформація знаходиться під більш суворим моніторингом і наглядом щодо захисту інвесторів і клієнтів. Залишаючи осторонь історичного порівняння, важливо підкреслити, що масові тенденції мають як негативні, так і позитивні сторони. Компанії, які належним чином уникають загроз і використовують можливості, що відкриваються, мають шанс досягти більш високих, ніж в середньому, темпів зростання, закріпивши свої позиції на існуючих або освоївши нові ринки для свого функціонування. Важливо формувати розуміння цифрового

перетворення як мотивації для внесення позитивних змін в стратегії і поведінку суб'єктів господарювання.

За результатами проведених досліджень слід зазначити, що структура бізнес-моделі є універсальним інструментом, який може бути застосований до будь-якого типу компанії. При цьому взаємодія цифрових клієнтів і компаній відкриває нові перспективи для всіх зацікавлених сторін та формує необхідність вивчення і розуміння нових рішень, в тому числі їх правової бази, необхідність подолання невизначеності, пов'язаної, наприклад, з ростом присутності штучного інтелекту в або з відчуттям постійного контролю з боку різних організацій і пристроїв. З кожним кроком технологічного прогресу підприємства вступають на нові шляхи, але їх сприйняття не завжди має позитивний ефект. Незалежно від результату даного сприйняття, як окремі підприємства, так і держави повинні прагнути сприяти трансформаційним процесам ведення бізнесу, зокрема розумінню цифрової трансформації як феномену зміни парадигми бізнес-моделювання.

Список літератури:

1. Гудзь Т. П. Перспективи цифровізації економіки України. Одеса: ОНЕУ. 2020. С. 30-32.
2. Zatsarinnyu A. A., Shabanov A. P. Model of a Prospective Digital Platform to Consolidate the Resources of Economic Activity in the Digital Economy. *Procedia Computer Science*. 2019. Vol. 150. P. 552-557.
3. Rainnie A., Dean M. Industry 4.0 and the future of quality work in the global digital economy. *Labour & Industry: a journal of the social and economic relations of work*. 2020. Vol. 30. No. 1. P. 16-33.
4. Strømmen-Bakhtiar A. Digital economy, business models, and cloud computing. *Global Virtual Enterprises in Cloud Computing Environments*. 2019. P. 19-44.

Філоненко Віта Миколаївна
ННІБО ім. А.Поручника, магістрант

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ

Актуальність. Сучасний розвиток медицини потребує адаптації медичних закладів до нових умов та викликів. Один із ключових інструментів адаптації є формування стратегії розвитку медичного закладу, яка відображає довгострокові

цілі та завдання організації. Важливим аспектом є розуміння особливостей такого процесу, який включає аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів, розробку стратегічної карти та використання сучасних методів менеджменту.

Мета дослідження: розглянути особливості формування стратегії розвитку медичного закладу.

Попри брак інформації, специфіка формування стратегії розвитку медичного закладу розглядається в роботах І. І. Богданової, С. В. Гаврилів, Л. І. Дяченко, Л. Г. Мельник, О. М. Романенко, О. В. Стельмах, І. В. Яремко, С. В. Ярмолук та ін. Науковці приділяють увагу питанням стратегічного управління в медичних закладах, проблемам оцінки стратегічного потенціалу медичних закладів та безпосередньо формування стратегії розвитку.

Виклад основного матеріалу. Стратегічне планування має важливе значення для медичних закладів, оскільки воно дозволяє визначити довгострокові цілі та завдання, розподілити ресурси та зосередити увагу на ключових аспектах розвитку. Стратегічне планування також допомагає організаціям адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, реагувати на нові виклики та можливості.

Для ефективного формування стратегії розвитку медичного закладу слід враховувати наступні ключові елементи.

1. Визначення цілей та завдань медичного закладу. Важливо чітко визначити місію, візію та цінності організації, що відображають бажані зміни та розвиток.
2. Розробка стратегічної карти. Стратегічна карта є інструментом, який дозволяє візуалізувати взаємозв'язок між різними цілями та ініціативами, що сприяють досягненню стратегічних цілей. Вона включає ключові перспективи, такі як фінансова, клієнтська, внутрішні процеси та навчання та розвиток.
3. Визначення важливих показників ефективності (KPIs). Для моніторингу успіху стратегії та відстеження прогресу важливо встановити кілька ключових показників ефективності, які відображають різні аспекти діяльності медичного закладу [2].

Ефективна реалізація стратегії розвитку медичного закладу потребує використання різних методів та підходів, таких як:

SWOT-аналіз: цей метод допомагає виявити сильні сторони, слабкі сторони, можливості та загрози для медичного закладу, що дозволяє скерувати ресурси та зусилля в потрібному напрямку.

PEST-аналіз: цей інструмент допомагає оцінити вплив політичних, економічних, соціальних та технологічних факторів на діяльність медичного закладу.

BSC (балансова система показників): цей метод дозволяє інтегрувати стратегію з управлінням результатами за допомогою системи збалансованих показників, які відображають різні аспекти діяльності медичного закладу [1].

Для успішної реалізації стратегії розвитку медичного закладу необхідно забезпечити ефективний моніторинг та контроль виконання. Це можна досягнути за допомогою наступних принципів:

Систематичний аналіз результатів. Важливо забезпечити регулярний перегляд та аналіз даних щодо досягнення стратегічних цілей, що дозволяє вчасно виявити проблеми та можливості для покращення.

Своєчасна корекція стратегії розвитку. На основі отриманих результатів аналізу, може бути необхідно внести зміни до стратегії розвитку, щоб врахувати нові обставини або виклики.

Забезпечення прозорості процесів моніторингу та контролю. Важливо забезпечити доступність інформації про моніторинг та контроль виконання стратегії для всіх зацікавлених сторін, включаючи співробітників, пацієнтів та партнерів.

В Україні медичні заклади, зокрема державні, стикаються з обмеженими фінансовими ресурсами та високим рівнем бюрократії, що ускладнює їхню роботу та розвиток. Одним із способів покращення ситуації є використання ефективних стратегій розвитку, які дозволяють медичним закладам досягти своїх цілей та забезпечити високу якість медичних послуг для пацієнтів.

У країнах Європи та США медичні заклади також стикаються з викликами та обмеженнями, але їхні ресурси та можливості часто значно вищі, що дає змогу використовувати більш різноманітні та складні стратегії розвитку. Наприклад, деякі медичні заклади в США спеціалізуються на високотехнологічних методах діагностики та лікування, або використовують стратегії маркетингу та реклами для збільшення клієнтської бази та конкурентоспроможності.

У країнах Європи також можна знайти різноманітні підходи до стратегій розвитку медичних закладів. Наприклад, в деяких країнах ставиться акцент на розвиток первинної медичної допомоги та зменшення кількості госпіталізацій, тоді як в інших країнах більше уваги приділяється розвитку технологічної бази та високотехнологічних методів діагностики та лікування.

Враховуючи вищенаведене, можна стверджувати, що в Україні та за кордоном медичні заклади використовують різні стратегії розвитку в залежності від своїх потреб та можливостей. Для формування ефективної стратегії розвитку медичного закладу необхідно здійснювати аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів, визначати потреби та очікування клієнтів, а також брати до уваги досвід та рекомендації кращих практик у галузі.

Висновки. Формування стратегії розвитку медичного закладу є важливим процесом, який вимагає аналізу внутрішніх та зовнішніх факторів, визначення цілей та завдань, розробки стратегічної карти та використання сучасних методів менеджменту. Забезпечення ефективного моніторингу та контролю виконання стратегії дозволяє медичним закладам адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, реагувати на нові виклики та можливості, а також досягати своїх довгострокових цілей. В Україні відсутні чіткі стандарти та рекомендації щодо розробки та впровадження таких стратегій, тому медичним закладам варто досліджувати та використовувати кращі практики вітчизняних та зарубіжних колег. Результатом використання ефективної стратегії розвитку медичного закладу є покращення якості медичних послуг та забезпечення конкурентоспроможності на ринку.

Список літератури:

1. Богданова І. І. Формування стратегії розвитку медичного закладу на основі системи балансових показників. Економіка. Управління. Інновації. 2017. № 3. С. 122-131.
2. Гаврилів С. В., Дяченко Л. І. Оцінка стратегічного потенціалу розвитку медичного закладу. Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. 2018. № 1. С. 58-63.
3. Мельник Л. Г., Романенко О. М. Стратегічне управління розвитком медичних закладів в Україні: проблеми та перспективи. Управління розвитком складних систем. 2019. № 37. С. 28-33.
4. Стельмах О. В. Моделювання стратегічних змін в діяльності медичних закладів на основі адаптивного управління. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2020. № 1. С. 62-68.
5. Яремко І. В., Ярмолюк С. В. Особливості формування стратегії розвитку медичних закладів в умовах ринкових перетворень. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2016. № 73. С. 182-190.

Мінова Л.В.
ННІБО ім. А. Поручника, магістрант

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МЕДИЧНИМ ЗАКЛАДОМ НА ЗАСАДАХ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

У світі забруднення довкілля та токсини з навколишнього середовища спричинили щонайменше 9 мільйонів передчасних смертей. Найбільшою екологічною причиною є забруднення повітря, яке спричиняє близько 7 мільйонів смертей на рік. Кількість смертей від хвороб, пов'язаних із забрудненням навколишнього середовища, становить кожну шосту, що в 15 разів перевищує кількість смертей від насильства [1].

Різке збільшення обсягу побутових і медичних відходів є одним з ключових негативних наслідків COVID-19. Утворення відходів у період епідемії Коронавірусу стало новою формою глобального забруднення. Запроваджений карантин, ізоляція й соціальне дистанціювання призвели до значного збільшення обсягу побутових (15-25%) і медичних відходів у закладах охорони здоров'я (у 10-20 разів) [2]. Починаючи з 2020 року велика кількість дезінфікуючих засобів для боротьби з вірусом COVID-19 було застосовано при обробці комерційних і житлових приміщень, які природним чином стали потрапляти в систему водопостачання.

Одним з негативних побічних ефектів пандемії стало глобальне збільшення кількості біомедичних відходів у зв'язку з тим, що лікувальні заклади надавали допомогу більшій, ніж зазвичай, кількості хворих. Щомісяця використовувалися та утилізувалися приблизно 65 мільярдів рукавичок і 129 мільярдів масок для обличчя [3]. Використання захисних індивідуальних засобів у громадських місцях було запроваджено більшістю урядів країн, і створювало додаткове навантаження для проведення утилізації відходів [2]. Викиди парникових газів унаслідок проведення утилізації цих пластикових відходів становили від 14 до 33,5 тон вуглекислого газу на тонну використаних засобів захисту [4].

Комунальне некомерційне підприємство «Олександрівська клінічна лікарня м. Києва» є бюджетною установою, що надає медичні послуги в амбулаторних та стаціонарних умовах. В структурі лікарні 26 вузькоспеціалізованих відділень з надання стаціонарної медичної допомоги, клініко-діагностичні лабораторії, діагностичні відділення та консультативна поліклініка. Лікарня розрахована на одночасну госпіталізацію 700 пацієнтів.

У 2020-2022 рр. заклад було перепрофільовано в госпіталь по наданню медичної допомоги хворим на COVID-19. За цей час проліковано близько 37800 пацієнтів. Щоденно тисячі одиниць комплектів засобів індивідуального захисту, масок, рукавичок, шприців, голочок потребувало знешкодження і утилізації. Це стало викликом для лікарні та фактором додаткового фінансового навантаження. Незважаючи на непростий для лікарні період, втілювався принцип «бережливості», що означало бережливе ставлення до природного середовища, мінімізація процесу серйозного впливу на довкілля та сприяння розвитку і розповсюдженню екологічно безпечних технологій.

В лікарні запроваджена система екологічного менеджменту, яка стосується дезінфекції біологічного матеріалу і використаних медичних виробів, утилізація використаних засобів індивідуального захисту, дезінфекція залишків продуктів харчування і стічних вод в інфекційних відділеннях, збір знезаражених пластикових медичних виробів для повторного використання.

Медичні відходи розділено на такі категорії: категорія А - побутові відходи (безпечні відходи); категорія В - епідемічно (інфекційно) небезпечні відходи; категорія С - токсикологічно небезпечні відходи; категорія D - радіологічно небезпечні відходи.

У закладі виділені спеціальні приміщення для приймання, знезараження, дезактивації та тимчасового зберігання відходів. Проведено також зонування приміщень на «брудну» зону та «чисту» зону.

Збір медвідходів в установі проводиться щонайближче до місця їх утворення в окремі ємності, що візуально чітко відрізняються за кольором та маркуванням. Знешкодження медвідходів не проводиться в маніпуляційних кабінетах. Наповнені ємності герметизуються після первинного збору, позначаються біркою для маркування та переміщуються в накопичувальні контейнери. Складена система маркування медичних відходів. Відходи різних категорій не змішуються.

Система екологічного менеджменту лікарні всіляко підтримує положення Глобального плану дій ВОЗ/ЮНІСЕФ в сфері водопостачання, санітарії і гігієни (WASH) в медичних закладах та впровадження WASH до 2030 р. (WHO/UNICEF, 2016).

Від впровадження системи екологічного менеджменту знижено ризики і пов'язані з ними можливі втрати, у тому числі штрафні санкції оптимізовано внутрішні ресурси, посилено контроль за їх використанням, а також забезпечено відповідність виробничих процесів вимогам законодавства. Впровадження системи екологічного менеджменту сприяло більш чіткому розподілу повноважень і відповідальності всередині лікарні, скорочення числа медичних «аварій» і, як наслідок, фінансових і трудовитрат.

Серед отриманих зовнішніх переваг - спрощення процедури отримання різних дозволів і ліцензій, підвищення репутації лікарні в очах пацієнтів і партнерів та інших зацікавлених сторін. Таким чином, безпечне управління медичними відходами зміцнює довіру населення, збільшує рівень користування послугами, підвищує ефективність надання послуг, сприяє зниженню витрат на надання медичних послуг.

Список літератури:

1. Забруднене довкілля вбило більше людей ніж COVID-19, – ООН. URL: <https://ecopolitic.com.ua/ua/news/zabrudnene-dovkillya-vbilo-bilshe-ljudej-nizh-covid-19-oon>
2. Tadele Assefa Aragaw, [Bassazin Ayalew Mekonnen](#). Current plastics pollution threats due to COVID-19 and its possible mitigation techniques: a waste-to-energy conversion via Pyrolysis. doi: 10.1186/s40068-020-00217-x. URL: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7816145>
3. [Arduzzo M.](#), [Forero-López A.D.](#), [Buzzi N.S.](#), [Spetter C.V.](#), [Fernández-Severini M.D.](#) COVID-19 pandemic repercussions on plastic and antiviral polymeric textile causing pollution on beaches and coasts of South America. URL: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7726578>
4. [Tanjena Rume, S.M. Didar-Ul Islam.](#) Environmental effects of COVID-19 pandemic and potential strategies of sustainability. URL: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7498239>

Бабенко В.В., Ярош В.О.
ННІБО ім. А. Поручника, магістрант

КЛЮЧОВІ НАПРЯМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ESG-ПРИНЦИПІВ У ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ

За умов розбудови у світових координатах глобальної зеленої екосистеми одним з пріоритетних напрямів реформування системи охорони здоров'я України є її переведення на модель сталого розвитку. Дане завдання є надзвичайно складним та багатокритеріальним, вимагаючи впровадження у діяльність вітчизняних медичних закладів апробованих у міжнародній практиці сталих механізмів й інструментів медичного обслуговування населення. Наголосимо, що ключові конкурентні переваги впровадження українськими закладами охорони здоров'я стратегій сталості впливають насамперед з формування принципово

нового погляду на їх конкурентний розвиток, параметри екологічної діяльності та соціальної відповідальності. Саме вони у сукупності здатні забезпечити зменшення трансакційних витрат медичних закладів та нарощування прибутків.

Звернімо увагу на те, що сталий розвиток вітчизняних закладів охорони здоров'я є по суті логічним етапом їх еволюційного розвитку. Йдеться про те, що ще кілька десятиліть назад впровадження та сертифікація системи менеджменту якості згідно стандарту ISO 9001 (а згодом – системи Total Quality Management (TQM), Six Sigma та Big data) викликали багато сумнівів щодо потенційних економічних і соціальних ефектів. Нині ж тисячі компаній по усьому світу красномовно підтверджують їх високу ефективність в якості одного з ключових напрямів власного стратегічного розвитку, вважаючи базовою умовою своєї ефективної діяльності досягнення високого рівня задоволеності споживачів якістю медичного обслуговування.

Вітчизняні заклади охорони здоров'я мають здійснювати свою професійну та фінансово-господарську діяльність у повній відповідності до принципів ESG у сфері охорони навколишнього середовища. Це принципи, яких у своїй діяльності дотримуються соціально відповідальні компанії, та котрі включають механізми захисту довкілля (Environmental), створення сприятливих соціальних умов, сумлінне відношення до співробітників, пацієнтів та партнерів (Social), а також високий рівень корпоративного управління (Governance). Таким чином, впровадження принципів ESG у діяльність вітчизняних закладів охорони здоров'я має включати ефективні системи управління впливом на довкілля, ефективне ресурсоспоживання і утилізацію медичних відходів, здачу і перероблення відпрацьованого медичного та господарського обладнання, неухильне зменшення обсягів використання паперу, впровадження електронних медичних карт та ін. Зокрема, на території медичних закладів мають встановлюватись коробки для накопичення паперових відходів з метою їх утилізації та повторного використання в якості вторинної сировини.

Ще одним важливим напрямом впровадження у діяльність українських закладів охорони здоров'я принципів ESG є систематична оцінка ризиків та

постійне удосконалення системи управління охороною праці на робочих місцях. Оскільки відповідність міжнародним системам управління та їх сертифікація є критично важливим ESG-параметром професійної діяльності будь-якого медичного закладу України, то важливим елементом є їх належна підготовка до міжнародної сертифікації згідно стандарту ISO 45001-2018. Як відомо, він репрезентує міжнародний стандарт у сфері менеджменту охорони здоров'я та безпеки праці, що підтверджує відповідність високим вимогам медичного обслуговування населення. Відтак – його запровадження передбачає підготовку розгорнутого ESG-звіту за участі зовнішніх консультантів. У сфері ж охорони здоров'я впровадження принципів ESG інтегрує найвищі вимоги стандартів у сфері забезпечення якості та безпеки надання медичної допомоги, управління ризиками діяльності медичних закладів, а також забезпечення екологічної та інформаційної безпеки, охорони праці, соціальної відповідальності та ін.

Важливим напрямом сталого розвитку українських закладів охорони здоров'я є також широке впровадження міжнародних стандартів щодо безпеки пацієнтів в частині їх ідентифікації, ефективності комунікації, безпеки застосування лікарських засобів, гігієни рук, хірургічної безпеки, профілактики падінь тощо. Особливу увагу у рамках сертифікації має приділятися питанню щодо модернізації сестринської праці з активним впровадженням моделі універсальних медичних сестер (котрі обслуговують від 8 до 12 пацієнтів) та обладнання спеціальних сестринських постів.

Окрім того, вагомий позитивний вплив на екологізацію діяльності вітчизняних закладів охорони здоров'я здатне справити широке застосування ощадливих інструментів, які дають змогу проводити систематичний контроль ресурсоспоживання, виявляти його вузькі місця та суттєво удосконалювати операційні процеси. Реальна реалізація лін-технологій не лише здатна суттєво підвищити ефективність діяльності медичних закладів, але й вивільнити значні фінансові і кадрові ресурси для їх інноваційного розвитку.

Таким чином, впровадження у діяльність вітчизняних закладів охорони здоров'я системи сталого розвитку з фокусом на ESG-принципах знайде своє

повне відображення у ціннісно-орієнтованій моделі їх роботи. Це вимагає не тільки широкого залучення пацієнтів та співробітників медичних закладів до формування порядку денного ESG, але й всебічного розвитку культури відповідального ставлення до власного здоров'я та навколишнього середовища, що має стати новою філософією розвитку українського суспільства у післявоєнний період.

Marchenko Kateryna
Department of International Management,
master's student

SOCIAL RESPONSIBILITY: APPROACHES AND CHALLENGES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Corporate social responsibility or CSR has gained increasing popularity in recent years. According to it businesses have a responsibility to contribute to the well-being of society and the environment, beyond simply maximizing profits for their shareholders.

Being socially responsible means not only complying with legal obligations, but also going beyond these requirements, through investment in human capital, the environment and stakeholder relations [1].

In 2019, the Governance Accountability Institute (G&A) announced that 90% of large companies (S&P 500 Index) published sustainability and responsibility reports. This push for sustainability and responsibility reporting is a reaction to growing stakeholder expectations [2].

According to the United Nations, sustainable development is “the development which meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs” [3].

Corporate Social Responsibility (CSR) is driven by stakeholders, shareholders, board of directors, managers, employees, customers, competitors, governments, industries, NGOs, and the media. CSR benefits corporations in many ways, such as financial performance, identification and image, reputation, brand, public trust, customer satisfaction, customer loyalty, and purchase intention.

While many companies have incorporated CSR in their businesses and have made significant progress in this area, there are still a lot of challenges that need to be addressed.

One of the challenges is the absence of a clear framework for implementing and measuring CSR initiatives. For that reason, the businesses often have to develop their own CSR strategies. And it appears challenging to measure the effectiveness of such CSR initiatives, because the impact of CSR initiatives is mostly long-term and difficult to quantify.

Another challenge is balancing economic goals of the business with the need to implement sustainable CSR initiatives. From the one side profit is the main aim of any business and companies work to earn more in a shorter period, but from the other side CSR initiatives take long time and do not bring quick results. That is the reason why many companies may be hesitant to invest in CSR programs that rarely provide an immediate financial return.

Lack of transparency and accountability is the third challenge related to CSR. CSR can be effective only if the companies are open and honest about their activities. They must disclose information about their environmental and social impacts and what they do to address any negative impacts. However, not all companies behave that way.

To overcome these challenges, companies shall implement robust CSR management systems that provide detailed information about their CSR activities and impacts. It is important for businesses to cooperate and develop clear guidelines and regulations for CSR initiatives. Besides that, businesses should also invest in research of CSR initiatives, as well as collaborate with different institutions and public organization to contribute to the development of CSR activities and to raise their popularity.

To create a better world UN adopted the Sustainable Development Goals (SDG) in September 2015 to tackle environmental, social, and economic challenges of the next 15 years [4]. It is proposed around the 5Ps: people, planet, peace, partnering, and prosperity. That is the way the SDG provides the framework for CSR that can help businesses to address current and future needs and provide support how to move in this direction further.

BIBLIOGRAPHY:

1. https://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_en
2. <https://greenbusinessbureau.com>
3. UN. Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development; United Nations: New York, NY, USA, 2015.
4. Jones, P.; Hillier, D.; Comfort, D. The sustainable development goals and business. Int. J. Sales Retail. Mark. 2016, 5, 38–48.

Кузьменко О.М.
ННІБО ім. А.Поручника, магістрант

**СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ
ІНЖИНІРИНГОВОЇ КОМПАНІЇ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ**

Одним із головних викликів для інжинірингових підприємств, що виходять на міжнародні ринки є необхідність задоволення постійно зростаючої потреби в економічному зростанні та розвитку, при цьому забезпечуючи відсутність нанесення шкоди суспільству та навколишньому середовищу.

Важливим постає питання впровадження на підприємстві міжнародних стандартів соціальної відповідальності, що підтримають компанію в її зусиллі з створення економічно стійких, соціально відповідальних та екологічно чистих проєктів.

Серед основних міжнародних стандартів, що плануються до впровадження слід виділити наступні: ISO 26000 (добровільна настанова з соціальної відповідальності) [1], AA 1000 (залучення соціальних аспектів в бізнес діяльність компанії) [2], SA 8000 (сертифікація систем організації труда, що прийнятні суспільством) [3], ISO 14001(мінімізація шкідливого впливу діяльності підприємства на навколишнє середовище) [4].

Впровадження даних стандартів допоможе підприємству впровадити стратегії, що спрямовані на задоволення потреб бізнесу, суспільства та навколишнього середовища. Таким чином соціальна відповідальність будівельних та інжинірингових компаній на міжнародному ринку грає важливу роль в

створенні стійких, безпечних та затишних середовищ для життя та роботи, сприяючи покращенню життя людей та довготривалому розвитку економіки.

Соціальна відповідальність підприємства за своєю сутністю є відповідальністю компанії перед суспільством за результати своєї діяльності. Структурно можна виокремити декілька напрямків розвитку соціальної відповідальності.

Відповідальність перед співробітниками базується на залученні українських громадян, що перемістились на територію Євросоюзу, наданні фінансової та організаційної підтримки на початковому етапі, дотриманні їх прав, виплаті гідної заробітної плати, забезпеченні розвитку персоналу. Вимоги компанії до персоналу – відповідальне ставлення до своїх обов'язків та кваліфіковане їх виконання. В свою чергу, компанія гарантуватиме гідні умови праці, дотримання соціальних стандартів та гідного рівня оплати. Необхідними кроками є вкладання частини прибутку у навчання і підвищення кваліфікації співробітників, покращення умов праці, дотримання засад соціального захисту працівників. Даний підхід розглядається, як складова бізнес діяльності підприємства, як соціальні інвестиції, що є невід'ємними елементами соціальної відповідальності. [5]

Важливим аспектом є забезпечення кар'єрного зростання спеціалістів із України на міжнародному ринку. Метою кожної компанії є стабільне нарощування обсягів реалізації на міжнародному ринку. В свою чергу, досягнення даної мети не можливе без участі кваліфікованого робітничого та інженерного персоналу. Залучаючи персонал з України, необхідно створювати можливості для його розвитку і зростання на ринку інжинірингових послуг європейської країни.

Відповідальність перед суспільством передбачає використання екологічних технологій при виконанні робіт, таких як використання енергії сонця, вітру, землі при забезпеченні електропостачання об'єктів. Розглядаючи дане питання крізь призму участі підприємств на ринку будівельних та інжинірингових послуг у якості субпідрядника, слід зазначити, що доцільним буде підхід у розробці проектних рішень на підставі впровадження сучасних технологій енергопостачання об'єктів з подальшою їх реалізацією на об'єктах Замовників.

Корпоративна соціальна відповідальність будівельних та інжинірингових підприємств не можлива без забезпечення достатнього рівня економічного підґрунтя, яке повноцінно впливає на підвищення якості продукції та якості життя співробітників. Варто відмітити, що економічна складова діяльності підприємства може проявлятися, як результат економічних вигід, що може отримати компанія. Таким чином, інжинірингові компанії мають, як безпосередній вплив на свою прибутковість: збільшення числа Замовників, підвищення рівня інвестиційної привабливості, так і опосередкований вплив, який характеризується зростанням конкурентоспроможності послуг, що надаються, покращенням репутації компаній на міжнародному ринку. [6]

Отже, проведений аналіз соціальних аспектів виходу українських інжинірингових підприємств на будівельний ринок Європи дав можливість зробити висновки. Для реалізації програми корпоративної соціальної відповідальності підприємствами необхідними факторами є впровадження міжнародних стандартів на підприємствах та забезпечення фінансового підґрунтя для цього. Крім того, підприємства будуть вважатись соціально-відповідальними не тільки завдяки дотримання юридичних, трудових, етичних, моральних норм, але й завдяки економічній складовій – максимізації прибутку та збільшенні рівня конкурентоспроможності підприємств.

Список літератури:

1. <https://aop.nmu.org.ua/ua/metodicki/specialist/opg/lzi/zakon/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%82%20ISO%2026000.pdf> (дата звернення 11.04.2023 р.)
2. http://ni.biz.ua/6/6_11/6_11800_standart-a-.html(датазвернення 11.04.2023р.)
3. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0015697-07#Text> (дата звернення 11.04.2023 р.)
4. https://iso-certify.com/ua/iso-14001/?gclid=CjwKCAjwitShBhA6EiwAq3RqA-q2p_aLhJb4DabMYUHSpMg-u9_2W9gnAnZ-ifTodXnhyQ26c8Lj-BoC41sQAvD_BwE (дата звернення 12.04.2023)
5. Януш Рибак, президент “Spaceone” Sp. Z.o.o м. Вроцлав, Польща
Валентина Шаповал, кандидат економічних наук, доцент, доцент
Національного гірничого університету, м. Дніпро, Україна

СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В ПОЛЬЩІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЇЇ РОЗВИТКУ В УМОВАХ КРИЗИ

6. Я.О. Ляшок, д.е.н., доцент, в.о. ректора ДВНЗ “Донецький національний технічний університет” МОН України, м. Покровськ «ЕКОНОМІЧНА СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ»

Степанець В.В.
ННІБО ім. А.Поручника, магістрант

ІМПАКТ ІНВЕСТУВАННЯ ЯК КОНЦЕПТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Зміна наукових парадигм, глобальних стратегій розвитку та їх контексту логічно позначаються на пріоритетах, принципах розвитку та сферах фокусування зусиль не лише урядів країн, але й бізнесу. За цих умов закономірною виглядає зміна основних принципів інвестиційної діяльності, поява нових її видів, що зумовлена визначенням у якості глобальних стратегічних пріоритетів Цілей розвитку тисячоліття, а згодом і Цілей сталого розвитку [1]. У такому контексті широкого поширення набуває концепція імпаکت інвестування, яка фокусується не стільки на фінансових, скільки на екологічних та соціальних ефектах.

Феномен імпакт інвестування став об'єктом наукових та бізнес-дискусій у 2007 р., коли Фондом «The Rockefeller Foundation» було актуалізовано та проведено обговорення питання покращення доступу соціальних підприємств та проєктів до фінансів та створення світової індустрії комерційного інвестування у вирішення соціальних та екологічних задач [2].

Словосполучення «*impact investing*» не перекладається ні на одну мову, включаючи англійську, тому що відображає в собі три ключові елементи:

– *impact investing* (яке обумовлює інвестування) – формування нових моделей, технологій і стандартів для забезпечення входження «Інвесторів з розвинених країн» в «нові області (раніше недоступні) країн третього світу»;

– *impact investing* (розвиваюче інвестування) – залучення широкого кола стейкхолдерів в процес створення інфраструктури і робочих механізмів в нових зонах та об'єктів інвестування з метою вирішення соціальних і екологічних проблем;

– impact investing (локалізоване інвестування) – популяризація, впровадження, посередництво, консалтинг, вивчення інструментів і моделей для подальшого розвитку нового класу інвестицій. Залучаючи уряд, міжнародні організації та інші структури [3].

Найважливіше, що несе концепція імпакт інвестування передбачає балансування між прибутковістю та корисністю для суспільства, а також вирішенням екологічних проблем і забезпечення соціальної справедливості (рис. 1). Не зважаючи на визнання міжнародною спільнотою актуальності та значущості даної концепції, на сьогодні не існує консенсусу щодо загальновизнаного підходу до визначення її змісту.

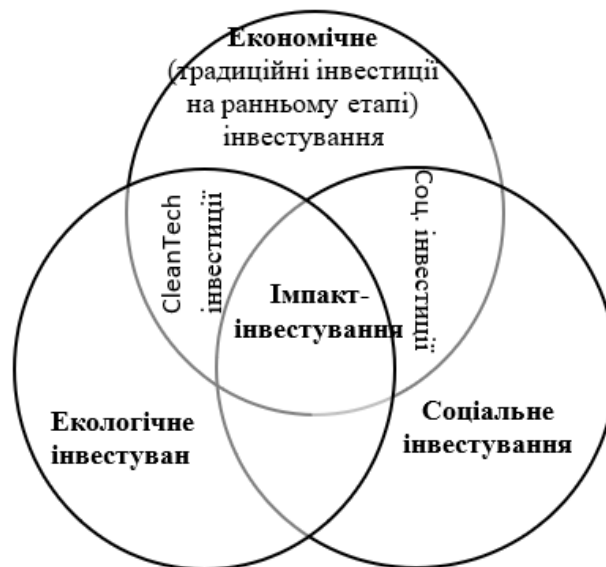


Рисунок 1 – Змістовні концепти імпакт інвестування [3]

Імпакт інвестування передбачає органічне поєднання бізнес-методів, фінансових технологій і соціального підприємництва. Як правило, це вкладення в компанії, організації та фонди, що мають на меті як отримання фінансового доходу, так і певний позитивний вплив на соціальні чинники та навколишнє середовище [3]. Це не класичний бізнес, хоча управління ним базується на принципах традиційного бізнес-менеджменту і інвестування. Проте це не є благодійність, так як інвестор, який надає ресурси, зберігає за собою право власності на них, і розраховує на отримання певного фінансового доходу, або, як

мінімум, на окупність проекту.

Систематизація наукових джерел, в яких розкривається зміст імпакт інвестування дозволяє дійти висновку, що воно представляє собою удосконалену версією таких трьох видів інвестиції як «CleanTech» інвестицій, соціальних інвестицій «для прибутку» та філантропії. Проте не варто ототожнювати поняття «імпакт-інвестування» з «державно-приватно-суспільним партнерством» та «корпоративною соціальною відповідальністю».

Імпакт-інвестування є специфічним інструментом розвитку соціально-відповідального бізнесу в умовах глобалізації, який дозволяє отримати інвестору поряд із економічним ефектом соціальний та/або екологічний ефект. Характерною особливістю імпакт-інвестицій є й те, що інвестор зобов'язаний вимірювати та звітувати про соціальні та екологічні ефекти з тим, щоб продемонструвати, що соціальна мета досягнута. Отже, інвестиції належать до імпакт-інвестицій, якщо відповідають таким вимогам як цілеспрямованість на значну соціальну та екологічну вигоду; використовуються загальні для галузі цільові показники ефективності відповідно до напрямів впливу (фінансовий, соціальний, екологічний); здійснюється моніторинг і управління ефективністю впливом (impact); наявність звітності щодо соціальних і екологічних показників для всіх стейкхолдерів; відбувається передача успішного досвіду щодо сприяння соціального та екологічного впливу.

Список літератури:

1. Carrots and Sticks Sustainability reporting policy: Global trends in disclosure as the ESG agenda goes mainstream, 2020. URL: <https://www.carrotsandsticks.net> (дата звернення: 20.04.2023).
2. Майстеренко О.В. Соціально-відповідальне інвестування: західний досвід. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». 2015. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>. (дата звернення: 20.04.2023).
3. Clark C., Emerson J., Thornley B. The Impact Investor: Lessons in Leadership and Strategy for Collaborative Capitalism. John Wiley & Sons, 2014. 384 p.

Донцов Б.І.

СТАНДАРТИЗАЦІЯ МЕДИЧНИХ ЛАБОРАТОРІЙ ЯК НАПРЯМОК РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

В сучасних умовах на ринку медичних послуг із проведення лабораторної діагностики посилюється конкурентна боротьба. За останні три роки було відкрито велику кількість медичних лабораторій, які надають свої послуги за цим напрямом діяльності. Серед найбільш відомих є медична лабораторія «МедЛаб».

За всіма видами в своїй діяльності лабораторія «Медлаб» керується принципами соціальної відповідальності. Протягом багатьох років лабораторія співпрацює з різними суб'єктами ринку. Це корпоративні клієнти медичного профілю, приватні медичні центри, медичні лікарі приватної практики. Також лабораторія надає послуги як державним лікувально-профілактичним установам, комунальним некомерційним підприємствам медичного профілю, так і страховим компаніям, косметологічним клінікам та іншим представникам медичного сегменту ринку медичних послуг.

Важливим напрямом забезпечення соціальної відповідальності лабораторії Медлаб є взаємодія із корпоративними клієнтами. Цьому напряму приділяється велика увага, оскільки здоров'я суспільства та його сталий розвиток базується на здоров'ї співробітників бізнес-підприємств. Для корпоративних клієнтів «МедЛаб» пропонує спеціально розроблені пакети програм, які дозволяють проводити комплексне лабораторне обстеження. Ці програми враховують специфіку діяльності підприємств, організацій, державних установ і є адаптованими під їх потреби. Кваліфікований персонал лабораторії виїжджає на майданчики, офіси підприємств, щоб здійснити забір зразків біоматеріалу співробітників компаній.

Дотримання чинного законодавства, які регламентують діяльність медичних лабораторій є ще одним напрямом дотримання соціальної відповідальності задля збереження здоров'я нації.

Медична лабораторія «Мед Лаб» представлена мережею лабораторій в різних містах та регіонах України. І всі ці лабораторії мають відповідні ліцензії та відповідають професійним вимогам лабораторної діагностики. В своїй діяльності вони також постійно здійснюють багаторівневий контроль якості, як зовнішній, так і внутрішній. Підтримка високої професійної якості підтримується також регулярною участю медичної лабораторії в Програмах міжлабораторного контролю, які організуються Українським референс-центром з клінічної лабораторної діагностики та метрології. Поряд з цим лабораторія постійно є учасником міжнародної програми контролю якості лабораторної діагностики RIQAS. Дотримання високих стандартів у використанні медично-діагностичного обладнання підтверджується наявністю відповідних Сертифікатів. Лабораторія має більше 14 Сертифікатів та Ліцензій, які засвідчують відповідність міжнародним стандартам. Медичне устаткування лабораторії регулярно проходить контроль та проводиться його технічне обслуговування [1].

Медична лабораторія «МедЛаб» постійно проходить відбір серед медичних лабораторій з метою отримання державної реєстрації на проведення лабораторних випробувань лікарських засобів. Це також характеризує дотримання процесів і процедур єдиних стандартів діяльності на ринку лабораторних досліджень та аналізів [2].

Серед напрямів соціальної відповідальності також слід виділити швидкість в отриманні результатів лабораторного аналізу. Лабораторія дотримується стандартів в якнайшвидші терміни та зрічні для пацієнтів канали отримання інформації. Так, результати лабораторних досліджень пацієнти можуть отримати в оптимальний термін та зручним для них способом (за допомогою електронної пошти, месенджерів у соціальних мережах, на пошту електронного кабінету пацієнта, кур'єрською доставкою).

Отже, медична лабораторія «МедЛаб» спирається на міжнародні стандарти ведення своєї діяльності, позиціонує себе на ринку медичних послуг як соціально-відповідальний бізнес, дотримується всіх основних напрямів соціальної відповідальності та забезпечує реалізацію сталого розвитку суспільства.

Список літератури:

1. Умови співробітництва. Офіційний сайт медичної лабораторії «МедЛаб». URL: <https://medlabtest.ua/uk/clinics/uslovia-sotrudnicestva>
2. Про затвердження Порядку та критеріїв уповноваження лабораторій на проведення лабораторних випробувань лікарських засобів, що подаються на державну реєстрацію. Наказ №80 від 22 березня 2021р. URL: <https://www.dec.gov.ua/materials/nakaz-№80-vdi-22-bereznia-2021r-pro-zatverdzhennya-poryadku-ta-kryteriyiv-upovnovazhennya-laboratorij-na-provedennya-laboratornyh-vyprobuvan-likarskyh-zasobiv-shho-podayutsya-na-der?role=ua>

Логинова М.В.

ННІБО ім. А. Поручника, магістрантка

ТРЕНДИ РИНКУ HoReCa ТА ФАКТОРИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ БІЗНЕСУ НА РИНКУ КАВ'ЯРЕНЬ

HoReCa сегмент, що означає готелі, ресторани та кав'ярні, згідно із дослідження є одним із найбільш перспективних світових ринків. Очевидно, що послуги харчування займають велику частку ринку гостинності. Під час піку пандемії та після покращення ситуації ринок продуктів харчування та напоїв зростає. Адаптація до сучасного способу життя та збільшення обсягів переходу до послуг харчування в багатьох відомих країнах є фактором популярності HoReCa. Згідно з даними Glóbal Information очікується, що світовий ринок HoReCa продемонструє високі темпи зростання на рівні ~3% протягом прогнозованого періоду (2021-2027 рр.) [1]. Згідно з даними Market Research Feuture з 2021 по 2028 роки очікується середньо-річний ріст готельно-ресторанної сфери на 3,15% [2].

Український ринок ресторанного бізнесу наразі розвивається в умовах воєнного стану. Через війну відбулося зниження ринкового потенціалу ресторанного бізнесу. Як наслідок, ринок праці змінив свою орієнтацію з

працівника на роботодавця. Український ринок ресторанного бізнесу потерпає від нестачі кваліфікованих кадрів, частина з яких є мобілізованими, належать до числа ВПО або біженців. В той же час попит на послуги кав'ярень в Україні та Києві протягом 2021-2022 стрімко зростає [3]. Кава поза домом стала необхідною частиною життя споживачів. Вплинули на зростання вітчизняного ринку і тренди споживання кави у світі, а також збільшення обсягів споживання кави в Україні. Середній світовий обсяг обсмаженої кави на душу населення невинно росте. В 2023 році планується 0,77 кг/людину у рік. [4-9].

Розглянемо основні фактори, які варто приймати до уваги при відкритті кав'ярні.

Вибір формату кав'ярні. При відкритті мережі кав'ярень важливим фактором є формат: to-go чи з посадковими місцями. Обрати варіант слід враховуючи ринкові та ресурсні критерії: перспективність, пластичність, новизна, можливість знайти кваліфікований персонал, можливість залучення капіталу, можливість знайти приміщення. Також необхідно врахувати фінансові критерії: необхідні інвестиції, прогнозована виручка, період окупності, NPV.

Ідентифікація ризиків та управління ризиками. Потрібно розуміти ризики та передбачити можливості їх зниження:

- погана якість обслуговування – мінімізується увагою в підборі та навчанню персоналу;
- дострокове розірвання оренди – мінімізується детальною проробкою договору;
- неякісний товар – увага на виборі постачальника та контроль за якістю при отриманні товару;
- недобросовісна конкуренція – відслідковування іміджу компанії у мережі інтернет;
- крадіжки внутрішні та зовнішні – мінімізуються заключенням договору охорони, встановленню камер відеоспостереження, ретельним підбором персоналу та касовою дисципліною.

Розвиток соціально-відповідального бізнесу. У сучасному світі обов'язковим є соціальна відповідальність бізнесу. Мережа кав'ярень може сприяти розвитку спільнот, в яких вона працює. Наприклад, заохочення використання місцевих інгредієнтів у приготуванні їжі та напоїв, співпраця з місцевими постачальниками, спонсорство місцевих заходів тощо. Важливою є й етична відповідальність: мережа кав'ярень може бути уважною до етичних аспектів, пов'язаних з бізнесом. Наприклад, відмова від використання продуктів, які були отримані в результаті експлуатації людей чи тварин. Культурна відповідальність: мережа кав'ярень може працювати над збереженням культурної спадщини, яка знаходиться в місцях її розташування. Наприклад, проведення заходів, які присвячені місцевим традиціям та культурі, сприяння використанню місцевої мови та інших культурних аспектів [10].

Ринок HoReCa в світі стрімко розвивається. Тенденції розвитку ринку HoReCa стосуються і ринку кав'ярень, який зростає в Україні і має перспективи розширення. При розвитку бізнесу кав'ярень на ринку HoReCa потрібно враховувати такі фактори успіху як: формат кав'ярні і обирати його за визначеними у дослідження критеріями, ризики і мінімізувати їх за допомогою оцінки і розробки плану управління ризиками, формування соціальної відповідальності бізнесу, яка забезпечується через розвиток спільнот, етичну і культурну відповідальність.

Список літератури:

1. HoReCa Market: Current Analysis and Forecast (2021-2027) <https://univdatos.com/report/horeca-market/> (accessed April 22, 2023).
2. HoReCa Market Research Report (Forecast till 2028) <https://www.marketresearchfuture.com/reports/horeca-market-10535> (accessed April 22, 2023).
3. Аналіз ринку кав'ярень Києва. 2022 рік <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-kofeen-kieva-2022-god> (accessed April 22, 2023).
4. ТОП-13 трендів в ресторанному бізнесі в 2022 році [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://joinposter.com/post/restaurant-trends>
5. ТОП-20 трендів у сфері HoReCa у 2020 році [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://blog.metro.ua/top-20-trendiv-u-sferi-horeca-u-2020-rotsi/>

6. Веретик А. Й. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності / Веретик А. Й., Островська Г. Й., Ордеха Г. І. // Матеріали Всеукр. науково-практ. конф. пам'яті почесного проф. ТНТУ, акад. НАН України Чумаченка Миколи Григоровича: «Соціальні та економічні вектори інноваційного розвитку бізнес-структур», 23 квітня 2020 року. Т.: ТНТУ, 2020.

7. Ткачук Т.М. Імплементация світових тенденцій розвитку ресторанного бізнесу на підприємствах України / Т.М. Ткачук // Стан та перспективи розвитку невиробничої сфери економіки: регіональні особливості: матеріали міжнар.наук. інт.-конф. (17.11.2017). Харків, 2017.

8. Тенденції гостинності 2021 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://wi-q.com/newsroom/2021-hospitality-trends/>

9. Джордж, Г., Лахани, К. Р., і Пуранам, П. (2020). Що змінилося? Вплив пандемії Covid на порядок денний досліджень управління технологіями та інноваціями. Журнал досліджень управління, 57 (8), 1754–1758. [Cross Ref] [Google Scholar].

10. Кукліна Т.С., Корнієнко О.М. Особливості менеджменту на підприємствах ресторанної галузі. Інфраструктура ринку. 2017.URL:http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/13_2017_ukr/22.pdf

Половинко І.Ю.
ННІБО ім. А.Поручника, магістрант

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ БУДІВНИЦТВА

Перш за все, що таке соціальна відповідальність? Це підхід до управління бізнесом, за якого компанії враховують вплив своїх дій на соціальні, економічні та екологічні аспекти життя суспільства.

На ринку будівництва соціальна відповідальність підприємств стає все важливішою. Для підприємств будівельної галузі це стає викликом та може бути ризиком, але водночас може бути і джерелом конкурентної переваги. У цій доповіді ми розглянемо ключові аспекти соціальної відповідальності підприємства на ринку будівництва та їхні взаємозв'язки.

Одним з ключових аспектів соціальної відповідальності підприємства на ринку будівництва є дотримання стандартів безпеки праці. Підприємства повинні бути відповідальними за забезпечення безпечних та здорових умов праці для своїх

працівників та відвідувачів будівельних майданчиків. Для цього вони повинні дотримуватися законодавства та стандартів безпеки праці, а також забезпечувати регулярні навчання та тренінги для своїх працівників. Підприємства повинні також забезпечувати відповідність усіх обладнань та інструментів безпечності, а також працювати з місцевими органами для забезпечення дотримання стандартів безпеки праці в будівельній галузі.

Однією з інших важливих аспектів соціальної відповідальності є дотримання прав праці та справедливої оплати праці. Підприємства повинні дотримуватися законодавства з питань праці та забезпечувати справедливую оплату праці, що відповідає виконуваній роботі. Вони також повинні забезпечити рівні можливості для всіх працівників, незалежно від їх статі, раси, віку та інших характеристик.

Інший аспект полягає в забезпеченні сталого розвитку. Будівництво може мати значний негативний вплив на довкілля, такий як забруднення повітря та води, знищення лісів та інших природних екосистем. Підприємства повинні вживати заходів для зменшення негативного впливу будівельної діяльності на довкілля, наприклад, шляхом використання енергоефективних технологій, впровадження систем відновлюваної енергії та зменшення відходів.

Також важливим аспектом соціальної відповідальності є взаємодія з місцевою громадою та забезпечення відкритості та прозорості у відносинах з нею. Підприємства повинні враховувати інтереси місцевої громади та взаємодіяти з нею, щоб забезпечити міцні та сталі відносини. Важливо також забезпечити прозорість у відносинах зі стейкхолдерами, такими як акціонери, клієнти, постачальники та інші.

Далі ми можемо розглянути конкретні приклади практичної реалізації соціальної відповідальності на ринку будівництва. Одним з цікавих прикладів є проект "Зелене будівництво", який зосереджений на розробці технологій та матеріалів для будівництва з екологічно чистих матеріалів та застосування відновлюваних джерел енергії. Цей проект пропагує екологічну свідомість серед будівельників та споживачів і допомагає зменшити негативний вплив будівництва на навколишнє середовище.

Іншим прикладом є проект "Соціальне будівництво", який забезпечує доступні житлові умови для соціально вразливих груп населення. Підприємства, що беруть участь у проекті, враховують потреби та можливості соціально вразливих груп, зокрема людей з інвалідністю та малозабезпечених громадян.

Таким чином, ключові аспекти соціальної відповідальності підприємства на ринку будівництва полягають у виконанні вимог законодавства та етичних принципів, дотриманні стандартів якості та безпеки, зменшенні негативного впливу на довкілля, забезпеченні безпеки та здоров'я працівників, а також участі у проектах, спрямованих на соціальну підтримку та покращення житлових умов для соціально вразливих груп населення. Реалізація цих аспектів допомагає будівельним підприємствам забезпечити стабільну та успішну діяльність на ринку, заробляти довіру та повагу клієнтів.

Вище наведені пункти - це лише деякі з ключових аспектів соціальної відповідальності підприємства на ринку будівництва. Щоб стати успішним гравцем на ринку, підприємство має не просто відповідати вимогам законодавства, але і виходити за рамки та проявляти активність у вирішенні соціальних та екологічних проблем.

Отже, бути соціально відповідальним на ринку будівництва - це більше, ніж просто виконання обов'язків. Це має стати важливим чинником прийняття рішень та побудови стратегії розвитку підприємства. І, якщо підприємство бере на себе відповідальність перед своїми співробітниками, клієнтами та громадськістю в цілому, воно зможе зберегти свою репутацію та отримати конкурентну перевагу на ринку будівництва.

Хотілося б наголосити, що соціальна відповідальність є ключовим аспектом успішної діяльності будь-якого підприємства, особливо на ринку будівництва. Підприємства, які діють соціально відповідально, мають більші шанси на успіх, збереження репутації та залучення нових клієнтів. Крім того, це є важливим фактором у побудові довгострокових взаємовідносин зі співробітниками, клієнтами та громадськістю в цілому. І повинна включати в себе дотримання прав праці, забезпечення безпеки праці та захисту здоров'я працівників, сталий

розвиток, взаємодію з місцевою громадою та прозорість у відносинах зі стейкхолдерами. Це може забезпечити успішне та стале функціонування підприємств на ринку будівництва, яке враховує потреби та інтереси всіх стейкхолдерів.

Список літератури:

1. Іванова Н. В. Соціальна відповідальність підприємств будівельної галузі / Н. В. Іванова // Економічний простір. – 2016. – Т. 107. – С. 102–107.
2. Карпенко Ю. Соціальна відповідальність підприємств будівельної галузі: теорія та практика / Ю. Карпенко, М. Лосєв, С. Кравчук // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2018. – № 3. – С. 161–170.
3. Стратегія сталого розвитку підприємства в будівельній галузі / В. Д. Москаленко, О. О. Степанова, Л. В. Колосова та ін. // Економіка та управління. – 2017. – № 4 (87). – С. 16–21.
4. Corporate Social Responsibility in Construction Industry / J. Y. Lee, J. H. Kang, Y. Kim // Journal of Construction Engineering and Management. – 2019. – Vol. 145, Issue 1. – Article ID 04018101.
5. Михайленко Н. В. Соціально відповідальне будівництво: теорія та практика / Н. В. Михайленко // Економіка та управління підприємствами будівельної галузі. – 2016. – № 1. – С. 23–28.
6. Brindley C. Construction supply chain management: a practical guide for practitioners and clients / C. Brindley. - London: Thomas Telford, 2001. - 176 p.
7. Chau K. W., Anson M. Energy and environmental performance of building envelopes: life-cycle assessment and hygrothermal simulation / K. W. Chau, M. Anson // Journal of Construction Engineering and Management. - 2004. - Vol. 130, Issue 2. - P. 204-213.
8. Kibert C. J. Sustainable construction: green building design and delivery / C. J. Kibert. - Hoboken, N.J.: Wiley, 2008. - 407 p.
9. Lützkendorf T., Lorenz D. Sustainability and the German housing sector: drivers and barriers for retrofitting buildings / T. Lützkendorf, D. Lorenz // Journal of Cleaner Production. - 2006. - Vol. 14, Issue 1. - P. 62-72.
10. Ofori G. Construction innovation and process improvement / G. Ofori. - Oxford: Blackwell Science, 2003. - 271 p.
11. Shen L. Y., Tam V. W. Y. Developing a performance measurement system for construction companies / L. Y. Shen, V. W. Y. Tam // Journal of Construction Engineering and Management. - 2002. - Vol. 128, Issue 3.

Tetiana Rozumenko

Master of Business Administration

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
Academic supervisor - professor of the Department of International Economics
Dr. Shvydanenko O. A.

THE ROLE OF WOMEN IN THE MODERN ECONOMY AND THEIR IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY

Over the past one hundred years, the trends in the household have changed significantly and at a titanic pace. The style and variety of life have begun to take on new meanings, and women have new opportunities and new responsibilities. Women began to integrate more into social life - to get an education, work, and vote. Society began to rebuild and adapt, places where children can be left began to appear. However, the issue of inequality and the addition of household chores to work arose even more. I can provide you with an analysis based on the information available up to September 2021. The participation and empowerment of educated women in traditionally male-dominated fields is an important trend in contemporary society. There are several reasons why this is perceived as beneficial:

Social change: Educated women bring diverse perspectives, attitudes, and skills to different sectors. Their involvement in traditionally male-dominated contexts can challenge existing norms, break down gender stereotypes and promote a more inclusive and equitable society. It also supports gender equality and encourages other females to achieve their ambitions.

Confronting societal issues: Women can contribute unique perspectives and experiences to different sectors, which can lead to more integrated policy development and problem solving. Their integration in traditionally male-dominated areas can help address gender issues such as health care, reproductive rights, and discrimination in the workplace. It can also facilitate a more comprehensive range of products, services and policies that better reflect the needs and preferences of all segments of society.

Being role models and inspiration: When more women explore non-traditional paths, they serve as role models for the next generation. Demonstrating their capabilities and achievements, well-educated women encourage other women and girls to pursue

these interests, whether it is in science, technology, engineering-mathematics, or policymaking.

Economic expansion: If women have access to education and equal participation opportunities, they can more effectively join the workforce. This will expand the labor pool, improving the capacity for innovation, enhancing productivity, and driving economic growth. It will also contribute to decreasing the gender income gap and lifting overall living standards.

However, while progress has been achieved, there are ongoing obstacles to achieving a complete equality of opportunities for women and men. These would include social and cultural perceptions, unconscious bias, organizational barriers and the creation of favorable policies and institutions. Nevertheless, with continued commitment to education, empowerment, and involvement, it is likely that more women will venture into traditionally male-dominated spaces, leading to a more balanced and colorful society in the years to come.

Perceived stress and coping tools of male and female employees in diverse workforces. The challenges women may face in the workplace, including assumptions, discrimination, social pressures and gender role expectations, contribute to higher levels of occupational stress than men, particularly in gender-atypical occupations do. Misconceptions about equality and diversity initiatives can lead to unintended consequences, such as reverse discrimination, which exacerbate workplace complications. Resolving the challenges faced by women in the workplace requires a multifaceted approach involving different stakeholders, policies and cultural reforms. Here are some strategies that can help address these barriers:

Promoting gender equality: Creating a culture of gender equality is essential. This means raising awareness of gender bias, challenging stereotypes, and promoting equal opportunities for men and women in all areas. Enterprises should also adopt and enforce inclusive policies and practices that support gender equality.

Providing equal opportunities: It is essential to ensure that women have equal access to education, training, and career opportunities. This includes implementing non-

biased recruitment and promotion processes, creating mentoring and leadership development opportunities for women, and addressing any gender pay gaps.

Addressing unconscious bias: Educating individuals about unconscious biases can help reduce their impact on decision-making.

Creating a supportive work atmosphere: Organizations should promote an inclusive and supportive work context that appreciates diversity. This includes implementing flexible working arrangements, promoting work-life balance, facilitating parental leave policies, and providing support networks and mentoring programmes for women.

Develop male allies: Engaging men as allies in promoting gender equality is paramount.

Cooperation and research: Continued research, collaboration and knowledge sharing between academia, policy makers, associations and civil society is crucial to understanding the root causes of gender inequalities

Women are key participants in the family economy. Their participation in business improves the economic stability of families by providing additional income and financial independence. This can have a positive impact on reducing poverty and improving living conditions.

LITERATURE:

S. Marlow, (2002), Women and self-employment; a part of or a part from theoretical construct?

International entrepreneurship and management journal.

1. Montgomery, M., and J. Casterline. 1996. "Social Learning, Social Influence, and New Models of Fertility." *Population and Development Review*, 22: 151–175

1. Quisumbing, A., and B. de la Bri`ere. 2000. "Women's Assets And Intrahousehold Allocation In Rural Bangladesh: Testing Measures Of Bargaining Power." *International Food Policy Research Institute (IFPRI) FCND Discussion Paper 86.*

ННІБО ім.А.Поручника, магістрант

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

В сучасних умовах ринкової економіки використання лише основних засобів виведення та просування товару на ринок (виготовлення якісної продукції, встановлення конкурентної ціни тощо) є недостатніми. При теперішньому широкому асортименті аналогічних за якостями продуктів, такий товар залишиться непоміченим кінцевим споживачем. Тому ефективний вихід товару на ринок та його подальше просування неможливі без інтенсивного використання комплексу маркетингових комунікацій, що спрямовується на інформування, переконання, нагадування споживачам про товар, підтримку збуту, а також на створення позитивного іміджу підприємства-виробника.

Визначень терміну «комунікація» в спеціальній літературі досить багато. Його тлумачення залежало досить часто від мети, яку ставили у своїх працях окремі дослідники і науковці. Термін «комунікація» (в перекладі з латинської – зв'язуюсь, спілкуюсь) визначається як процес обміну інформацією. В економічній літературі поняття «комунікація» переважно визначають як обмін інформацією між людьми для формування ділових стосунків [1].

Маркетингова комунікація (англ. marketingcommunication) або просування (англ. promotion) – один із чотирьох елементів маркетинг-міксу, який являє собою інтегрований набір засобів комунікації, що застосовується для передачі повідомлень від виробника або продавця продукції і до його цільових ринків [2]. Автори розглядають маркетингові комунікації як засіб комунікації зі споживачами, а також як засіб формування та управління брендом компанії. Деякі вважають, що маркетингові комунікації мають на меті забезпечення конкурентної переваги на ринку та створення довгострокових взаємовідносин із клієнтами.

Маркетингові комунікації варто розглядати як управління процесом просування товару на всіх етапах – перед продажем, в момент продажу, під час споживання, після споживання. Для найбільшої ефективності комунікаційні програми варто розробляти спеціально для кожного ринкового сегмента і навіть

окремого клієнта. За таких умов дуже важливим є прямий і зворотний зв'язок між підприємством і його адресатами.

На структуру комплексу маркетингових комунікацій впливають тип товару, ступінь купівельної спроможності потенційних споживачів, стратегія просування, стан конкурентів, фінансові можливості та цілі підприємства. Хоча Г. Ассель та Ф. Котлер, П. Сміт, К. Беррі, та А. Пулфорд виділяють різні підходи до структури маркетингових інструментів, але все ж традиційно всі автори серед основних інструментів маркетингових комунікацій визначають рекламу, персональні продажі, стимулювання збуту, прямий маркетинг та зв'язки з громадськістю (PR) [3, 4]. Різні автори також наводять різні набори засобів маркетингових комунікацій, проте більшість із них сходиться на думці, що у виборі підприємством набору маркетингових комунікацій вирішальну роль відіграє макросередовище, що оточує підприємство.

Розглянемо більш детально комплекс маркетингових комунікацій. Аналізуючи визначення терміну «реклама», можна зробити висновок, що реклама – це оплачена присутність у засобах масової інформації відомостей про певний суб'єкт, яка має за мету збільшити популярність і обороти рекламодавця (замовника). Реклама може бути різних форматів, включаючи рекламні оголошення в пресі, на радіо та телебаченні, рекламні щити, інтернет-реклама, спонсорські матеріали та інші.

Стимулювання збуту – це комплекс заходів зі створення додаткових ініціатив для збуту товарів або послуг із метою збільшення продажів. Застосування стимулювання збуту має ряд переваг, зокрема, збільшення продажів, залучення нових клієнтів, підвищення лояльності споживачів та інші. Однак важливо правильно планувати та реалізовувати конкретні заходи зі стимулювання збуту, щоб не викликати штучне збільшення попиту на ринку та запобігти негативному впливу на імідж компанії.

Персональний продаж – це один з основних елементів комплексу маркетингових комунікацій, який включає у себе активний процес продажу продукту або послуги за допомогою особистого контакту між продавцем та

покупцем. Різні автори мають різні підходи до визначення персонального продажу, але загалом вони зосереджуються на його ключових особливостях та перевагах.

Паблікрилейшнз (PR), або зв'язки з громадськістю – це область маркетингових комунікацій, яка спрямована на підтримку та збереження позитивного іміджу організації, її продуктів та послуг у громадськості. Одне з перших визначень зв'язків з громадськістю запропонував Едвард Бернейс – відомий американський піонер у цій сфері маркетингових комунікацій. Він вважав, що зв'язки з громадськістю полягають у створенні двостороннього діалогу між організацією та громадськістю з метою розуміння та взаємодії між ними.

Прямий маркетинг (директ-маркетинг) – це підхід до продажу товарів і послуг, за якими взаємодіють безпосередньо зі споживачами, використовуючи різні комунікаційні канали, включаючи телефон, електронну пошту, поштові відправлення, SMS-повідомлення, соціальні медіа та інтернет-сайти. Різні автори можуть використовувати різні терміни для визначення прямого маркетингу, але вони зазвичай зосереджені на одному з трьох основних аспектів прямого маркетингу: споживач, канали комунікації та результати.

Успішна маркетингова стратегія повинна включати комплексний підхід до маркетингових комунікацій, де кожен елемент має свою роль та взаємозв'язок із іншими. Маркетингові комунікації є ключовим елементом маркетингової діяльності підприємства, оскільки вони дозволяють ефективно взаємодіяти зі споживачами і створювати позитивний імідж компанії та її торгових марок на ринку. Проте, без відповідної оцінки результативності та ефективності маркетингових комунікацій, важко зрозуміти, наскільки вони дійсно впливають на підприємство та на результативність його маркетингової діяльності загалом.

Одне з найскладніших питань полягає в тому, як визначити ефективність маркетингових комунікацій. Оцінити таку ефективність доволі складно й мало коли вдається досить повно. Однак використання сучасних методів і прийомів

оцінювання допоможе керівникам компанії сформулювати уявлення про потенціал підприємства для подальшого успіху.

Під ефективністю розуміють співвідношення результату та витрат, що вкладено для його досягнення. Ефективність маркетингових комунікацій – це сила впливу звернень на аудиторію, ступінь її охоплення, формування ставлення споживачів до бренду та його послуг чи продукту, формування іміджу. В оцінюванні ефективності маркетингових комунікацій можна виділити два концептуальні підходи: оцінювання економічної ефективності, тобто визначення зв'язку між проведеною кампанією з маркетингових комунікацій та зміною економічних показників діяльності підприємства та оцінювання комунікативної ефективності, тобто рівня впливовості маркетингових комунікацій на зміцнення/порушення стосунків між ринковими суб'єктами [5].

Економічна ефективність визначається шляхом порівняння планових і фактичних показників до проведення комунікативної кампанії і після неї. Комунікативна ефективність полягає в установленні рівня впливу рекламних звернень на цільову аудиторію, ступеня її охоплення, виявлення ставлення споживачів до підприємства (або конкретної торгової марки) тощо.

Як показав проведений нами аналіз, з метою побудови ефективного інформаційного впливу на цільову аудиторію, підприємства повинні використовувати комплекс сучасних маркетингових комунікацій, який включає в себе рекламу, стимулювання збуту, персональний продаж, зв'язки з громадськістю та прямий маркетинг. Кожен елемент має свою роль та значення в забезпеченні успішної маркетингової комунікаційної стратегії підприємства на ринку.

Виходячи з аналізу домінуючих у спеціальній літературі підходів до оцінювання ефективності маркетингових комунікацій можна зробити висновок, що цей процес є дуже важливим для будь-якої компанії, що хоче залучати свою цільову аудиторію та підвищувати продажі своїх товарів або послуг. Для ефективного оцінювання маркетингових комунікацій необхідно визначити конкретні метрики та показники, які будуть використовуватися для оцінювання

конкретних результатів. Такі показники можуть включати кількість переглядів, кількість кліків, конверсійний ризик, вартість привернення нового клієнта та інші.

Список літератури:

1. Маркетинг: підручник / А.Ф. Павленкотаін.; за ред. А.Ф. Павленка. Київ: КНЕУ, 2008. 600 с.
2. Маркетингова комунікація. *Вікіпедія – вільна енциклопедія*: веб-сайт URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F(дата звернення: 13.03.2023).
3. PelsmackerP.,GeuensM.,BerghJ.MarketingCommunications.Fifthedition. PearsonEducationLimited, 2013. 615 р. URL: https://is.muni.cz/el/fsps/jaro2019/np2285/um/Pelsmacker_5ed.pdf(дата звернення: 25.03.2023).
4. SmithP.R., SmithP., BerryC., PulfordA. StrategicMarketingCommunications: NewWaystoBuildandIntegratecommunications. Kogan Page Limited, 2002.295 р. URL: https://books.google.sh/books?id=HYvbeQLf_gEC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false(дата звернення: 25.03.2023).
5. Примак Т.О. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. Київ: Атіка, Ельга-Н, 2009. 328 с.

Напрієнко М.В.,
здобувачка Навчально-наукового інституту
бізнес-освіти імені Анатолія Поручника
освітньо-професійної програми
«Бізнес-адміністрування»

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЕНЕРГЕТИКИ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ АГРЕСІЇ В РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ В УКРАЇНУ

Енергетика є однією з базових галузей національної економіки будь-якої країни. З одного боку, підприємства цієї галузі забезпечують електричною та тепловою енергією всіх суб'єктів підприємницької діяльності, що за умов стабільної роботи сплачують переважну частину податків до бюджетів різних рівнів. З іншого боку, енергетична галузь постачає електричну та теплову енергію домогосподарствам і створює комфортні умови життя всьому населенню країни.

А тому настання кризи в енергетиці внаслідок збройного руйнування об'єктів цієї галузі (електричних та теплових станцій, ліній електропередач, трансформаторів, генераторів і т.і.). Саме тому соціальна відповідальність енергетики пов'язана із забезпеченням життєдіяльності всієї держави в цілому.

Протягом осінньо-зимового сезону 2022-2023 року вітчизняна енергетика була піддана небаченим в минулому руйнуванням з боку військових формувань крани-агресорки. Понад три чверті енергетичних потужностей було виведено з ладу. Було захоплено Чорнобильську та Запорізьку атомні електростанції. Остання всупереч міжнародним нормам і вимогам МАГАТЕ і наразі використовується ворогом в якості бази розміщення військової техніки, з якої ведуться артилерійські обстріли навколишніх населених пунктів. За таких умов соціальна відповідальність енергетики полягає у тому, що працівники цієї галузі докладають всіх зусиль і професійної майстерності для якнайшвидшого ремонту і відновлення функціонування енергетичного устаткування. Саме тому очікування Російської Федерації щодо енергетичного колапсу України виявились марними і наразі енергетика нашої країни працює надійно і навіть час від часу експортує електроенергію до європейських країн. Особливо слід відзначити високий рівень соціальної відповідальності і патріотизму багатотисячного трудового колективу Запорізької АЕС, члени якого в умовах жорсткого тиску з боку окупантів відмовляються укладати контракти з «Росатомом».

Аналіз функціонування енергетики України в період військової агресії Росії дозволяє зробити певні висновки щодо напрямів посилення соціальної відповідальності галузі в контексті реалізації концепції сталого розвитку.

Технічні аспекти пов'язані із виробничими потужностями галузі. Насамперед мова йде про гігантоманію, яка була притаманна для розвитку не лише для енергетики, а й металургії, машинобудування і інших галузей промисловості за часів Радянського Союзу, коли роль ефекту масштабу в умовах сумнозвісного єдиного народногосподарського комплексу суттєво перебільшувалась. Тому порівняно невелика кількість генеруючих потужностей за своїм потенціалом у декілька разів перевершувала оптимальний розмір, який притаманний розвинутим

країнам, зокрема членам Організації Економічного та Соціального Розвитку, один з офісів якої нещодавно було відкрито і в Києві. Окрім того великі енергетичні потужності розміщувались в великих містах, оскільки в них знаходяться і крупні промислові споживачі електроенергії. Звичайно, така електромережа стала дуже вразливою для нашої країни зручним об'єктом варварських бомбардувань з боку країни агресора. Тому нагальним є трансформація галузі в бік зменшення енергогенеруючих потужностей одночасно з оптимізацією їх розміщення з урахуванням сусідства з агресивною країною. В цьому зв'язку заслуговує на підтримку стратегія розвитку «Енергоатому» згідно якої в найближчій перспективі окрім спорудження 9-ти крупних енергоблоків потужність 1000 мегаватт передбачено введення в дію 20 малих модульних реакторів [1].

Екологічні аспекти соціальної відповідальності енергетики пов'язані із зміненням шкідливого впливу енергопідприємств на оточуюче середовище. Насамперед мова йде про викиди шкідливих речовин тепловими електростанціями. Шлях вирішення цієї проблеми відомі. З одного боку, необхідно обладнати енергоагрегати сучасними системами очистки продуктів згоряння. З іншого боку, важливо нарощувати масштаби виробництва відновлювальної енергетики. Зазначені напрями передбачені в Енергетичній стратегії України до 2035 року.

Повномасштабна агресія Російської Федерації в Україну суттєво прискорила використання міжнародних факторів посилення соціальної відповідальності енергетичних підприємств. По-перше, енергосистема України нещодавно була від'єднана від російської білоруської систем. Таким чином було усунуто можливий тиск на Україну з боку агресора шляхом припинення поставки електроенергії. По-друге, енергосистема України об'єднана з європейською системою. Якщо донедавна передача електроенергії між цими системами була обмеженою лінією Бурштинського енергомосту, то нині ці обмеження усунуті. Отже, в екстремальних ситуаціях європейські енергокомпанії готові компенсувати дефіцит електроенергії в Україні. По-третє, «Енергоатом» повністю відмовився від російського ядерного палива і уклав угоду з канадською компанією

Саме згідно цієї угоди весь уран, що видобувається в Україні, буде поставлятися до Канади, де буде перероблятися у ядерне паливо, придатне для використання на вітчизняних атомних станціях. Окрім того, в перспективі передбачається у співпраці з американською компанією Westinghouse налагодити виробництво ядерного палива в Україні. Всі зазначені заходи дозволять не лише забезпечити науково-технологічний розвиток вітчизняної енергетики відповідності із сучасними світовими тенденціями, а й створити сприятливі умови для піднесення рівня практик соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Список літератури:

1. Роберт Василь. Далі точно без Росії: яке майбутнє в українського урану. – Події тижня. 2023. № 17. С. 5.

РОЗДІЛ 2. ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Ковальчук Юлія Ігорівна
ННІБО ім. А.Поручника, магістрант
Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор
Цимбал Людмила Іванівна

КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Визначення конкурентної стратегії розвитку підприємства є важливим елементом управління підприємством, відповідно у процесі життєдіяльності будь-якого підприємства важливу роль відіграє вибір конкретної стратегії, що забезпечує високу конкурентну позицію, стратегічні переваги, визначає ключові пріоритети розвитку компанії. Конкурентна стратегія розвитку підприємства - це план дій, який дозволяє підприємству відрізнитися від конкурентів і збільшити свою частку на ринку. Це може бути досягнуто за допомогою різних методів, таких як зниження цін, вдосконалення продукту або послуги, підвищення якості

обслуговування, підвищення ефективності виробництва або розширення ринків збуту.

Вибір конкурентної стратегії підприємства залежить від конкретної ситуації. Загалом, стратегія – це план для підприємства, який розтягнутий у часі та направлений на досягнення основної мети. Що стосується плану, то у стратегії він розглядається без деталей (в цілому) [1].

Що стосується часу: стратегію визначають на 3-5 років життєдіяльності підприємства. Виходячи із стратегії, план розбивають на кожен рік окремо, а потім формують у конкретні завдання для підрозділів підприємства. Стратегія дає можливість ефективно використовувати ресурс (трудовий, фінансовий і т.д.) для досягнення мети підприємства.

Отже, стратегія підприємства – це процес формування генерального перспективного напрямку розвитку підприємства на основі визначення якісно нових цілей, узгодження внутрішніх можливостей підприємства з умовами зовнішнього середовища та розробка комплексу заходів, які забезпечують їх досягнення [2].

Обрання стратегії залежить від етапу (фази) життєдіяльності підприємства. Виділяють такі:

1. Стратегію зростання (диверсифікації, концентрованого чи інтенсивного розвитку) – у процесі заснування компанії та завоювання ринку.
2. Стратегію стабілізації – утримання завойованої частини ринку.
3. Стратегію скорочення (реорганізації, скорочення бізнесу, оптимізація витрат або закриття бізнесу взагалі – на фінальному етапі бізнесу).

Основні конкурентні стратегії, які можуть бути використані підприємством, включають:

1. Стратегія лідерства за ціною: це означає, що підприємство знижує ціни на свої продукти або послуги, щоб залучити більше клієнтів та конкурувати з іншими гравцями на ринку.

2. Стратегія диференціації: це означає, що підприємство намагається відрізнитися від конкурентів, пропонуючи унікальні продукти або послуги, які не мають аналогів на ринку.

3. Стратегія фокусування: це означає, що підприємство концентрує свої зусилля на конкретному сегменті ринку або географічному регіоні, щоб забезпечити високу ефективність та виключити з конкуренції інших гравців.

4. Стратегія лідерства за якістю: це означає, що підприємство намагається підвищити якість своїх продуктів або послуг, щоб привернути клієнтів, які оцінюють якість більше, ніж ціну [3].

Стратегічне управління відіграє ключову роль у розвитку та життєдіяльності підприємства. Саме цей інструмент допомагає управлінцю визначити конкурентні переваги компанії, закріпити позицію на ринку, що забезпечує, в свою чергу, ефективну життєдіяльність підприємства та успішний його розвиток в ринкових умовах. Стратегічне управління - це впровадження певної концепції, що включає в себе мету підприємства та інтегрований підходи для її реалізації. Саме стратегічне управління дає можливість менеджеру співвіднести цілі підприємства з його можливостями (ресурсами) і врегулювати ці два показники між собою.

Отже, стратегію можна порівняти з генеральним планом, який є основним на підприємстві. Це як дороговказ, до якого треба періодично зазирати, чи не відхиляється підприємство від нього, чи правильно йде до досягнення своєї мети. Іноді трапляється так, що стратегію коригують у процесі її реалізації, оскільки можуть змінитися зовнішні та внутрішні обставини. Тоді управлінець має гнучко відреагувати на ситуацію і внести зміни у «генеральний план». Стратегія залишається ключовим інструментом у розвитку бізнесу.

Список літератури:

1. Бельтюков Є.А., Некрасова Л.А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентноспроможності. Економіка: реалії часу. 2014. № 2. С. 6-13 URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch_2014_2_3

2. Зарічна О. В. Роль стратегічного управління в діяльності підприємства в умовах сталого розвитку регіону. [Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України](#). 2014. Вип. 5. С. 295-302. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2014_5_35

3. Прохоренко Т. Сучасні конкурентні стратегії підприємства. URL: https://feu.kneu.edu.ua/ua/confere_nce/conf_social_dev_ukr_12/section5/prohorenko/

4. Безус П. І., Залізник І. Принципи та проблеми розробки конкурентних стратегій розвитку підприємства. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5936>

Цилюрик В.Д.

(факультет фінансів, 4 курс)

Гемблюк Б.В.

*(ННІБО імені А. Поручника, освітньо-професійна програма
«Бізнес – адміністрування у галузі охорони здоров'я», магістрант)*

Науковий керівник: Куліш Ганна Петрівна

**к. е. н., проф. кафедри корпоративних фінансів та контролінгу
«КНЕУ імені Вадима Гетьмана»**

ФОРМУВАННЯ БОРГОВОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВАМИ, ЯК ОСНОВА ЇХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Україна зіштовхнулася з досі небаченим рівнем руйнувань інфраструктури та соціально-економічної кризи у наслідок російського повномасштабного вторгнення у лютому 2022 року. На сьогоднішній день можна впевнено заявити, що колапсу банківської системи України та зупинки більшості підприємств нашої держави не відбулося, що можна вважати унікальним випадком в історії, адже паралельно з військовими діями на великій частині країни відкриваються нові підприємства та розширюються старі.

Ключову роль у функціонуванні економіки України відведено малому та середньому бізнесу, який ще не встиг повністю подолати наслідки епідемії, зустрівся з новим, ще більшим викликом – повномасштабна війна. Виходячи із загальновизнаної теорії «Pecking order theory», яку сформулював Г. Дональдсон та доповнив Маєрс С. у своїх роботах [1], підприємства віддають перевагу насамперед використанню власних коштів для покриття потреб, але за відсутності необхідних обсягів власних коштів, воно може перейти до залучення боргових та інших ресурсів. Відповідно до цієї теорії, компанія використовуватиме та залучатиме кошти у наступній послідовності: 1. Власні наявні кошти; 2. Банківські та небанківські кредити; 3. Випуск облігацій підприємств; 4. Емісія акцій.

Тож беручи за основу вищезгадану теорію та поточну ситуацію в країні, можна зробити висновок, що вітчизняні компанії наразі не матимуть достатніх

об'ємів внутрішніх коштів для забезпечення своїх потреб та стабільного розвитку й змушені будуть залучати боргове фінансування.

Виходячи з того, що формування боргового капіталу є однією з головних стратегій фінансування діяльності вітчизняних підприємств можна навести основні цілі залучення позикових фінансових ресурсів окрім подолання поточних фінансових труднощів, це може бути спосіб розширення бізнесу та підтримки конкурентоздатності на ринку за рахунок впровадження нових товарів чи послуг [2, с. 102; 3, с. 212-213]. Таким чином, джерела формування позикового капіталу підприємства можуть бути розподілені на дві категорії: довго- та короткострокові, у табл. 1.1 наведено розподіл різних інструментів залучення позикових ресурсів відповідно до цих категорій. Необхідно зауважити, що боргові ресурси можуть бути залучені не тільки виключно у формі грошових коштів, а ще й у вигляді обладнання, певних товарів та інших формах.

Таблиця 1.1 – Короткострокові й довгострокові джерела позикових ресурсів

Короткострокові	Довгострокові
Короткострокові кредити банків чи небанківських фінансових установ	Довгострокові кредити банків чи небанківських фінансових установ
Короткострокові облігаційні позики	Фінансовий лізинг
Комерційний кредит	Довгострокові облігаційні позики
Кредиторська заборгованість	Інші довгострокові позикові кошти

**Джерело: розроблено автором на основі [4, с. 42]*

Для задоволенні своїх потреб у борговому капіталі компанії здатні залучати його одночасно з різних джерел та на різний термін, базуючись на: 1. Відсотковій ставці за користування борговими ресурсами; 2. Строку погашення заборгованості; 3. Вартості залучення конкретної форми боргового капіталу; 4. Потребах та можливостях компанії. [5, с. 256-257]

Потреба українських підприємств у коштах для відбудови зруйнованих чи пошкоджених будівель і споруд, релокації з небезпечних чи тимчасово-захоплених територій мотивують їх використовувати боргове фінансування, але необхідно пам'ятати, що його інструменти несуть певні ризики, тож на основі дослідження літературних джерел було сформовано табл. 1.2.

Таблиця 1.2 – Позитивні та негативні сторони у залученні підприємством боргового капіталу для фінансування господарської діяльності

Позитивні сторони	Негативні сторони
Відносно швидкі темпи розвитку та розширення підприємства	Залежність підприємства від сторонніх факторів
Можливість зменшити витрати завдяки використанню «tax shield»	Відносна складність залучення у порівнянні з використанням виключно власних коштів
Підвищення коефіцієнта рентабельності власного капіталу підприємства	Необхідність зважати на інтереси кредиторів
Вартість боргового капіталу є нижчою у порівнянні з вартістю власного капіталу	Зменшення прибутку у зв'язку з необхідністю сплати відсотків по кредиту
Варіативність джерел залучення, можливість диверсифікації кредиторів	Зниження фінансової стійкості підприємства та можлива загроза банкрутства

**Джерело: розроблено автором на основі [2; 4, с. 41]*

Як видно з таблиці, ключовими загрозами є ризики втрати фінансової стійкості, що у свою чергу може привести навіть до банкрутства та залежність компанії від неконтрольованих факторів, наприклад, від стану економіки, але визначено й позитивні сторони використання компаніями позикових ресурсів: перспективи швидкого розвитку та великий вибір кредиторів.

Підсумовуючи, можна зазначити, що після проведеного дослідження багатьох літературних джерел із досліджуваної теми, можна дійти до висновку, що позиковий капітал є надзвичайно важливою складовою існування та розвитку підприємств у сучасних умовах. Можна навести дві ключові цілі залучення позикового капіталу: 1. Фінансування розвитку підприємства, розширення діяльності, інвестування у нові проекти та 2. Виплати за непогашеними зобов'язаннями. Таким чином, в умовах війни, використання боргового капіталу можна назвати однією з головних складових сталого розвитку вітчизняних компаній.

Список літератури:

1. Donaldson, G., 1961. Corporate debt capacity: a study of corporate debt policy and the determination of corporate debt capacity. Graduate School of Business Administration, Harvard University, Boston.

2. М. М. Бердар Б 48 Фінанси підприємств. Навч. посіб. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 352 с

3. Давидов О. І. Оцінка вартості позикового капіталу у процесі визначення вартості підприємств / О. І. Давидов. // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2017. – №22. – С. 101–105.

4. Л. Л. Куц. К 95 Капітал підприємства: формування та використання. Опорний конспект лекцій. Тернопіль, ТНЕУ, 2019. 105 с.

5. Фінансовий менеджмент: Підручник / Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А.М. Поддєрьогін. – К.: КНЕУ, 2005. – 536с.

Цернюк М.В.

ф-т маркетингу, магістрант

Купцов М.В.

ННБО ім. А.Поручника, освітньо-професійна програма «Фінансовий менеджмент і контролінг у бізнесі», магістрант

Кобець С. В.

ННБО ім. А.Поручника, освітньо-професійна програма «Фінансовий менеджмент і контролінг у бізнесі», магістрант

Науковий керівник: Куліш А.П.

к.е.н., професор кафедри корпоративних фінансів і контролінгу
КНЕУ імені Вадима Гетьмана

УМОВИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ УКРАЇНСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ У ПОВОЄННИЙ ЧАС

Задля відновлення економіки після такої жахливої війни, нашій країні будуть потрібні значні кошти. Станом на 1 червня 2022 року, за даними звіту Світового банку "Швидка оцінка завданої шкоди та потреб на відновлення", Україна потребувала 350 мільярдів доларів для реконструкції та відновлення.

Таким чином, у 2023 році за умови продовження бойових дій українській владі доведеться буквально битися за кожний долар інвестицій у вітчизняну економіку. І з огляду на це, проекти зі страхуванням військових ризиків будуть наразі чи не єдиною можливістю для їхньої практичної реалізації.

На сьогодні вже є підтвержені наміри з боку серйозних західних агенцій підтримувати коштами ці ініціативи. Також, є значний інтерес з боку іноземців до вітчизняного "інвестменю". І цей процес неодмінно буде запущений після

перемоги і стане ще активніше, коли Україна стане на порозі приєднання до Євроспільноти. [1].

З огляду на це, Кабінет міністрів вже найближчим часом має представити результати перших пілотних проектів залучення іноземних інвестицій. Також потрібно показати результати на інших напрямках: у боротьбі з корупцією, реформі судової системи та створенні сприятливого бізнес середовища. Окремим напрямком має стати налагодження ефективного переговорного процесу по швидкому приєднанню України до Європейського союзу. Тим самим влада продемонструє свою професійність та спроможність змінювати підходи до справи в екстремальних умовах.

Для інвестора цікаві, насамперед, сектори, де створюється висока додана вартість, продукція яких може бути конкурентною на світових ринках. Україна визначила 10 галузей, які мають суттєвий інвестиційний потенціал.

Оборонно-промисловий комплекс (\$43 млрд інвестиційного потенціалу). Захист держави та гарантія нашої безпеки в майбутньому. Адже одна з найбоєздатніших армій Європи — Збройні Сили України — і надалі потребуватиме постійного оснащення. Окрім того, розвиток Military-tech та оборонно-промислового комплексу посилять експортний потенціал країни.

Металургія та металообробка (\$26 млрд інвестиційного потенціалу). Україна має досвід металургійних високотехнічних процесів і повного циклу виробництва титану та титановмісної продукції. Здатні утримувати нішу на ринку заліза прямого відновлення і "зеленої" металургії.

Енергетика (\$177 млрд інвестиційного потенціалу). Можемо генерувати десятки, а, можливо, і сотні гігават "зелених" електричних потужностей і мільйони тонн "зеленого" водню. Україна може запропонувати Європі альтернативу "брудній" російській енергії.

Природні ресурси (\$5,6 млрд інвестиційного потенціалу). Україна багата на мінеральні ресурси у високій концентрації та в безпосередній близькості один від одного. Країна має значні запаси вугілля, залізної руди, природного газу, марганцю, солі, нафти, графіту тощо.

Агропромисловий комплекс (\$34 млрд інвестиційного потенціалу). Україну вважають "житницею Європи", але вона буде ще й "продовольчим кошиком" світу. Країна планує збільшити потужності переробки, розвивати сектори з високою доданою вартістю, як-то виробництво м'яса, молока та молокопродуктів, садівництво тощо.

Логістика та інфраструктура (\$123 млрд інвестиційного потенціалу). Географічне розташування України робить її важливим транзитним коридором для торгівлі. Логістика є одним із найважливіших секторів економіки з розгалуженою мережею залізниць і автомобільних доріг, морськими і річковими портами, аеропортами.

Промислове виробництво (\$16 млрд доларів інвестиційного потенціалу). Україна має велику мережу машинобудівних підприємств, які виробляють турбіни та електрогенератори, залізничні вагони, гірниче та сільськогосподарське обладнання, верстати, авіаційні двигуни, виробниче обладнання для легкої та харчової промисловості.

Деревообробка та меблеве виробництво (\$5 млрд інвестиційного потенціалу). Україна може стати меблевою фабрикою континенту. У нас є ресурсна база та зручна логістика для доставки готових товарів.

Фармацевтика (\$19 млрд інвестиційного потенціалу). Ця галузь є одним із лідерів інвестицій. Українські фармацевтичні компанії відповідають міжнародним стандартам, більшість виробничих потужностей частково відновлено відповідно до GMP.

Інноваційні технології (\$11 млрд інвестиційного потенціалу). В Україні вперше перетворено більшість особистих офіційних та державних документів на діджитал-рішення. Україна посідає 4 місце у світі за обсягом фінансових операцій за допомогою мобільних пристроїв. Та четверта в світі за кількістю користувачів криптовалюти. [2].

Найбільше інвестиційними можливостями в Україні цікавляться представники США, Німеччини, Великобританії, Польщі та Туреччини в таких напрямках, як інноваційні технології, сільське господарство, фінансовий сектор,

логістика, енергетика, корисні копалини та оборонна промисловість. Зокрема, обсяги інвестицій в український агросектор під час війни становили 560,8 млн.дол.США, в українську ІТ-сферу- 351 млн.дол.США, а в оборонну промисловість України- 7,3 млрд.дол.США. [3].

На нашу думку, основними умовами залучення інвестицій в українську економіку у повоєнний час мають стати:

- ✓ гарантії захисту інвестицій;
- ✓ страхування воєнних ризиків;
- ✓ наявність арбітражних судів.

Враховуючи існуючі проблеми, задля збільшення обсягів міжнародних інвестицій в Україн, уряд створив унікальну інвестиційну платформу AdvantageUkraine, а також представив світу програму післявоєнного відновлення України. При цьому залучення міжнародних інвестицій під час війни є дуже важливим для України, оскільки це дозволило державі стабілізувати економічну ситуацію в умовах воєнних дій. Загалом, за 2022 рік Україна залучила 494 млн.дол.США прямих інвестицій.

Пропозиції. Для залучення великих обсягів інвестицій уряду України необхідно провести політичні, економічні та інституційні реформи. Керівництву України треба створити такі умови, щоб іноземному інвестору було легко і вигідно інвестувати в Україну. Для цього український уряд має визначити основні галузі економіки України, які мають великий потенціал залучення міжнародних інвестицій. При цьому українські дипломати мають не лише розповідати про важливість післявоєнного відновлення України, а й створювати у міжнародних інвесторів розуміння того, яку вигоду вони отримають в результаті інвестицій в Україну. В той же час, у питанні залучення міжнародних інвестицій Україні варто концентруватися на тих країнах, які вже зараз допомагають нашій державі боротися з російською агресією і висловлюють бажання інвестувати в Україну великі кошти. Важливим завданням для українського уряду є створення сприятливих умов для повернення додому величезної кількості українських біженців, оскільки вони можуть не лише створювати нові робочі місця, а й

стимулювати попит, що також може сприяти збільшенню обсягів іноземних інвестицій в Україну. Перспективним є створення фондового ринку в Україні, а також створення державних програм для розвитку українського бізнесу. При цьому керівництву України потрібно поєднувати залучення іноземних інвестицій з пріоритетними напрямками розвитку України.

Список літератури:

1. Крамаренко І. С. Розвиток інвестиційного потенціалу України: особливості та завдання управління. Інвестиції: практика та досвід. 2023. № 19-20. С. 7-10. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.19-20.7>.
2. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 03.03.2021 р. № 179. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-nacjonalnoyi-eko-a179>.
3. Україна 2020-2021: невинуваті очікування, неочікувані виклики (аналітичні оцінки) / Український центр економічних та політичних досліджень ім. О. Разумкова. Київ, 2020. 304 с. URL: <https://razumkov.org.ua/uploads/other/2021-PIDSUMKI-PROGNOZI-UKR-ENG.pdf>.

Литвиненко Г.Є.,
ННІБО імені А. Поручника, освітньо-професійна програма
«Бізнес – адміністрування у галузі охорони здоров'я», магістрант
Науковий керівник: Куліш Ганна Петрівна
к. е. н., проф. кафедри корпоративних фінансів та контролінгу
«КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ВИКОРИСТАННЯ CSR ТА CSV В СУЧАСНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЯХ

Аспекти соціальної відповідальності набувають все більшого визнання серед компаній і корпорацій усього світу. Вже не є дискусійним питання доцільності реалізації соціально відповідальних підходів управління бізнесом з метою формування ефективних стосунків із внутрішніми стейкхолдерами та акціонерами компаній. Перед практиками, які шукають можливості побудови взаємокорисних стосунків, наразі постає питання вибору концепції їх втілення [1].

До основних корпоративних концепцій, які останні роки доволі часто використовуються бізнесом, відносять концепцію корпоративної соціальної відповідальності (CSR) та концепцію створення спільної цінності (CSV). Незважаючи на те, що обидва підходи спрямовані на збільшення соціальної відповідальності бізнесу, мають на меті досягнення найвищої прибутковості від зростання бізнесу, задоволеності основних стейкхолдерів, а також впровадження інноваційних продуктів, тим не менш, існують ключові відмінності між CSR і CSV, які слід детально дослідити, щоб зрозуміти важливі аспекти бізнес-стратегії кожної концепції[2].

Корпоративна соціальна відповідальність відноситься до концепції, згідно з якою, компанії впроваджують екологічні та соціально практики у свої бізнес-рішення та має трактування як у вузькому, так і в широкому сенсі. Вузьке визначення корпоративної соціальної відповідальності – це **благодійність, яку компанії роблять, щоб позитивно вплинути на світ або місцеву громаду**, одночасно отримуючи інформаційні сигнали, націлені на підтримання іміджу бренду. У широкому розумінні корпоративна соціальна відповідальність – це не лише одноразова благодійна акція, а довгострокове зобов'язання компанії використовувати частину свого доходу задля покращення життя на планеті. Земля, суспільство та піклування про споживачів, це стратегія, що складається з низки взаємовигідних зусиль у різних сферах діяльності компанії. Згідно концепції «Підхід потрійної результативності діяльності», запропонованій Джоном Елкінгтоном, наголошується, що кінцевим результатом бізнесу не має бути виключно максимізація прибутку, **показник успіху компанії вимірюється впливом бізнесу на людей, нашу планету та добробут її мешканців**. Тому у широкому сенсі CSR бізнес несе відповідальність не лише перед сучасними, а й перед майбутніми поколіннями.

Створення спільної цінності також іноді називають корпоративною спільною цінністю. Ідеологія, що лежить в основі CSV, полягає в тому, що споживачі зможуть продовжувати купувати товари лише за умови існування нашої планети. Практика чесної торгівлі, покращені умови праці та зусилля по

боротьбі зі зміною клімату та бідністю – все це приклади CSV. Майкл Портер, професор кафедри ділового адміністрування Гарвардської бізнес-школи, у своєму TEDtalk [визначив CSV](#) як капіталізм, який «вирішує соціальні проблеми за допомогою бізнес-моделі» [4]. Компанії зі стратегіями CSV не лише генерують прибуток, а й **покрощують суспільство, що спонукає споживачів більше купувати і тим самим долучатися до соціальних покращень.**

Бізнес-стратегія CSV дотримується потрійного результату, вона ставить людей, планету та прибутки на один рівень, розуміючи, що все взаємопов'язано. Виокремлюють три рівні стратегії CSV: внесення суттєвих змін до продукту, зміна ставлення до визначення продуктивності та кластерний розвиток.

Слід зазначити, що концепції CSR і CSV схожі, оскільки вони обидві дотримуються підходу потрійного результату, але вони не тотожні (таблиця 1). Основна відмінність полягає в тому, що CSR – передбачає використання ресурсів підприємства для вирішення соціальних і екологічних проблем у світі, тоді як CSV – передбачає включення цього позитивного соціального та екологічного впливу в бізнес-модель компанії з подальшим створенням економічної цінності.

Таблиця 1 – Основні відмінності між CSR та CSV

	Корпоративна соціальна відповідальність (CSR)	Створення спільної цінності (CSV)
Визначення	підхід до управління, що передбачає, що компанії повинні враховувати соціальні та екологічні наслідки своїх дій та прагнути до покращення якості життя та добробуту своїх стейкхолдерів.	стратегічний підхід до управління, що передбачає створення інноваційних рішень та бізнес-моделей, що забезпечують комерційний успіх компанії та при цьому вирішують соціальні проблеми та задовольняють потреби клієнтів та суспільства в цілому.
Підхід	більш традиційний підхід до управління, що зосереджений на тому, що компанії не повинні завдавати шкоди середовищу та мають сприяти соціальному добробуту.	більш інноваційний та стратегічний підхід до управління, що зосереджений на тому, що компанії можуть розвивати бізнес-моделі, які створюють значиму соціальну цінність та прибуток для компанії.
Орієнтація	зосереджується на тому, що компанії повинні робити для соціальної відповідальності та стійкого розвитку.	зосереджується на тому, що компанії можуть робити для вирішення соціальних проблем та покращення життя людей, водночас забезпечуючи комерційний успіх.
Підходить	компаній, які бажають бути більш	компаній, які бажають створити

для	відкритими та відповідальними перед суспільством та середовищем.	інноваційні рішення та бізнес-моделі, що забезпечують успіх на ринку та вирішують соціальні проблеми.
Фокус	на соціальній відповідальності та сталому розвитку.	на вирішенні соціальних проблем через комерційний успіх.
Ключові переваги	підвищення репутації компанії, залучення та утримання талановитих співробітників, покращення взаємовідносин зі стейкхолдерами.	створення нових можливостей для комерційного успіху, збільшення ринкової частки, збільшення клієнської лояльності, залучення та утримання талановитих співробітників.
Ключові виклики	високі витрати на соціальні та екологічні програми, складність визначення метрик ефективності.	забезпечення комерційного успіху та при цьому збереження соціальної цінності, визначення рівня прийняття ризику.

Джерело: складено автором на основі [1;2;3].

Як бачимо, концепції CSR і CSV не суперечать одна одній, а є двома різними методами для досягнення однієї мети - використання бізнесу для покращення життя людей і суспільства в цілому. Таким чином, обидві концепції корисні для бізнесу та часто працюють разом. Поєднання CSR і CSV створює ідеальний баланс, коли корпорації беруть на себе відповідальність за свій вплив на планету та суспільство, як через зовнішні акти благодійності, так і через внутрішні зміни в бізнес-моделях компаній.

Список літератури:

1. Михайлишин Н.П., Романів С.Р. Концепція створення спільної цінності: новий погляд на формування цінностей компанії. *Економіка і суспільство*. 2016. Випуск 2. URL.: https://economyandsociety.in.ua/journals/2_ukr/56.pdf
2. Windsor D. The Future of Corporate Social Responsibility. *The International Journal of Organizational Analysis*. 2001. Vol. 9, N 3. P. 225–256.
3. R. Steurer, M. Langer, A. Konrad, A. Martinuzz. Corporations, Stakeholders and Sustainable Development I: A Theoretical Exploration of Business Society Relations. *Journal of Business Ethics*. 2005. Vol. 61. N 3. P. 263–281.
4. Michael E. Porter. The case for letting business to solve social problems. *Платформа TED Talks*. URL: https://www.ted.com/talks/michael_porter_the_case_for_letting_business_solve_social_problems?language=en

Гершкул Ігор Іванович,
ННІБО ім. А.Поручника, магістрант,
Юркевич Оксана Миколаївна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
корпоративних фінансів і контролінгу

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ІРО

На сучасному етапі, світовий ринок ІРО має негативну динаміку. По суті, кількість ІРО у світі у 2022 році скоротилось на 45% до 1333. Причиною цього, стала нестабільна геополітична ситуація, зростання відсоткових ставок та рівня інфляції. Більше того, незважаючи на невелике ралі у другій половині 2022 року, головні індекси значно знизились: S&P 500 (19%), Stoxx 600 (13%), Shanghai index (15%).

Слід зазначити, що доходи від ІРО у 2022 році знизились більше ніж на 70% в порівнянні з 2021 роком.

Головним чином, це сталось завдяки значному падінню американського ринку на більше ніж 90 % в порівнянні з минулим роком разом з європейським та британським ринком. Однак, виключним орієнтиром була галузь виробництва розкішних автомобілів у Німеччині, що склало дві треті з усього обсягу доходів ІРО Європи.

Разом з тим, незважаючи на падіння ринку у 2022 році, об'ємний китайський ринок, рухомий Star Market та ChiNext, змінив фокус на місцеві науково-технічні та технологічні компанії.

Головним чином, найбільший вплив на ІРО створили центральні банки піднявши процентну ставку, щоб знизити рівень інфляції. Для прикладу, Європейський центральний банк підвищив ставку до 10%, а Федеральна резервна система США підвищила ставку на 425 базисних пунктів за 10 місяців [1].

Однак, незважаючи на загальну кон'юнктуру, сектор енергетики зріс на 22% порівняючи з 6% роком раніше (\$39,9млрд.). Це сталось, завдяки різкому підвищенню цін на нафту та газ.

Проте, IPO технологічних компаній у 2022 році провалилось. При чому, падіння склало 94 % в порівнянні з 2021 роком.

По суті, за 2021 рік було залучено \$155 млрд., тоді як у 2022 році цей показник склав лише \$8,6 млрд. Тільки проект Mobileye, що відділився від Intel зміг залучити \$1 млрд. в рамках IPO. Разом з тим, у 2021 році таких компаній було більше десяти, незважаючи на пряме розміщення акцій таких компанія, як Roblox, Coinbase, Squarespace [1].

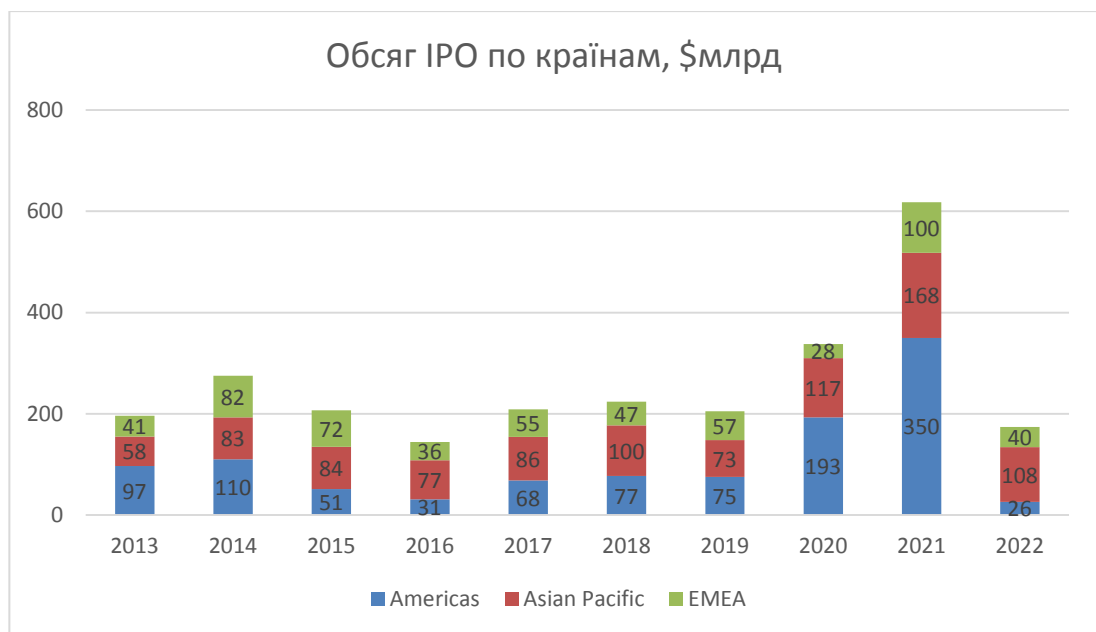


Рисунок 1.1 - Обсяг IPO по країнам за 2022 рік [2].

З рисунку 1.1. видно, що найбільш активним за обсягами IPO в світовому масштабі став 2022 рік, угоди сягнули вище 600 млрд. дол. Після чого відбулось різке скорочення операцій.

Причиною цього, стало небажання інвесторів ризикувати вкладаючи у компанії, які розвиваються, натомість вибираючи більш стабільні компанії, які приносять дохід зараз. Також глобальна ситуація у світі негативно впливає на інвесторів.

Більше того, деякі компанії взагалі відмовилися від виходу на IPO на даному етапі, знизивши свою оцінку і подекуди дуже суттєво: Stripe – з \$97 млрд. до \$74 млрд, Checkout – з \$40 млрд до \$11 млрд, Instacart – з \$39 млрд до \$24 млрд. Ці та інші проекти відклали рішення до виходу на ринок до кращих часів. Серед них –

хмарна платформа управління персоналом Justworks та інвестиційна компанія Four Springs Capital Trust.

Крім того, Європейський IT-стартап We Transfer, не змігши залучити інвесторів, відмовились від IPO у Амстердамі. Німецька фармацевтична компанія Cephalpharm Arzneimittel, також призупинила розміщення акцій. Так само, припинився вихід на ринок IPO британської компанії Mishcon de Reya, який міг стати найбільшим серед юридичних компаній в історії. Разом з тим, Корейська Hyundai Engineering планувала залучити \$1 млрд, але також відклала розміщення акцій.

Через зниження обсягу IPO суттєво впав і дохід, залучений цього року – на 61% до \$179,5 млрд.

Слід зазначити, що четвертий квартал 2022р. став найгіршим за останні 10 років. А саме, за четвертий квартал на ринок вийшло лише 334 компанії по всьому світу, отримавши дохід в обсязі \$31,9 млрд.

Що стосується Північної та Південної Америки, то там взагалі обсяг IPO впав на 76% - до 130, а дохід впав на 95% - до \$9 млрд. Біржа NASDAQ провела 81 IPO, Нью-Йоркська фондова біржа – 9, а фондова біржа Торонто -13 [3].

Між іншим, на Китай у 2022 році припало 39% (\$68 млрд) від всього обсягу доходів IPO у світі. До речі, цей показник перевершив показник США в IPO вперше з 2010 року.

США у свою чергу, нарахувало тільки 13% (\$24 млрд) від глобального доходу IPO, в порівнянні з попереднім роком 53% (\$323млрд). При чому, дохід від американського IPO став найменшим з 2008 року, а за кількістю IPO з 2016 року. У той же час, на Близькому Сході спостерігався значний підйом на ринку IPO у 2022 році. Головним чином, ОАЕ та Саудівська Аравія посіли третє та шосте місце відповідно у світовому рейтингу IPO.

Південна Корея та Німеччина забезпечили собі місце у топ п'ять територій рухомі масштабними IPO, включаючи виробника елементів живлення (\$11 млрд – Південна Корея), а також виробника розкішних автомобілів (\$9 млрд – Німеччина)

В перспективі 2023 року інвесторів по всьому світу бентежить рівень інфляції, проценті ставки та загроза глобальної рецесії.

Не зважаючи на те, що ринкова невпевненість та думки про рецесію сидять у головах інвесторів, але багато спрямованих на IPO компаній з доведеною базою росту та доходності, підтримуючою чистою історією, фінансовою звітністю, грошовим потоком будуть намагатись вийти на ринок.

Більше того, оцінки приватних компаній також повинні бути переглянуті у відповідності з оцінкою ринком. Однак, такі сектори, як оборона промисловість, фармацевтичні компанії та компанії, які відносяться до «зеленої» енергетики будуть стояти в перших рядах у черзі на розміщення акцій, коли волатильність стабілізується та інвестори повернуть довіру до ринку у 2023 році.

Список літератури:

1. Кількість IPO у світі в 2022 році - режим доступу : <https://forbes.ua/news/kilkist-ipo-u-sviti-skorotilasya-na-45-chetvertiy-kvartal-stav-naygirshim-za-bilsh-nizh-10-rokiv-20122022-10621>
2. The tech IPO market collapsed in 2022, and next year doesn't look much better – режим доступу: <https://www.cnbc.com/2022/12/29/tech-ipo-market-collapsed-in-2022-next-year-doesnt-look-much-better.html>
3. Global IPO Watch - режим доступу :<https://www.pwc.com/gx/en/services/audit-assurance/ipo-centre/global-ipo-watch.html>

Валько Я. І., ф-т фінансів, 2 курс
Науковий керівник: Шуплат О.М.,
к. е. н., доцент кафедри корпоративних
фінансів і контролінгу

**ІНВЕСТУВАННЯ В ЗЕЛЕНІ ТЕХНОЛОГІЇ: ПЕРЕВАГИ ДЛЯ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТОРІВ**

У висококонкурентному бізнес-середовищі, в якому функціонують сучасні компанії, забезпечення сталого розвитку стає все необхіднішим. Компанії, які успішно впроваджують зелені технології та забезпечують сталість свого бізнесу в контексті збалансованого розвитку, мають перевагу над своїми конкурентами. Інвестування в зелені технології може бути не тільки вигідним, але й етичним вибором для компаній та інвесторів, які прагнуть досягти сталого розвитку і сприяти захисту довкілля.

Зелені технології стають все більш важливим елементом сталого розвитку в різних галузях, таких як енергетика, транспорт, будівництво та інше. Інвестування в ці технології може не тільки забезпечити додаткові джерела фінансування для розвитку, але й покращити екологічну ефективність, зменшити відходи та витрати на енергію.

Ряд досліджень Міжнародної енергетичної агенції, Організації з економічного співробітництва та розвитку, Організації Об'єднаних Націй, Міжнародної агенції з енергетики відновлювальних джерел показують, що деякі зелені технології є найбільш ефективними для досягнення сталого розвитку [4, 5, 6, 7]. Зокрема, сонячні батареї та вітряні турбіни можуть значно зменшити викиди парникових газів, збільшити незалежність від імпорту енергії та знизити витрати на електроенергію. Крім того, енергоефективні будівлі, які використовують енергозберігаючі матеріали та системи, можуть знизити витрати на опалення та кондиціонування повітря, зменшити викиди парникових газів та покращити якість повітря всередині приміщень.

Згідно зі звітом BloombergNEF "Clean Energy Investment Trends, 2022", інвестиції в глобальну чисту енергетику досягли рекордних 528 мільярдів доларів у 2021 році, що на 10% більше, ніж у 2020 році.

За даними Climate Bonds Initiative, у 2021 році випущено зелених облігацій на загальну суму більше 370 мільярдів доларів, що на 6% більше, ніж у 2020 році.

Ці дані свідчать про те, що інвестування в зелені технології стає все більш привабливим для інвесторів, які бажають отримати високу рентабельність та сприяти сталому розвитку.

Інвестування в зелені технології є важливим кроком для досягнення глобальних цілей сталого розвитку, які визначені ООН. Одна з таких цілей - зменшення викидів парникових газів на 40-45% до 2030 року. За даними 2020 Global Carbon Budget, світові викиди CO₂ від згорання палива склали близько 34 млрд. тонн [1].

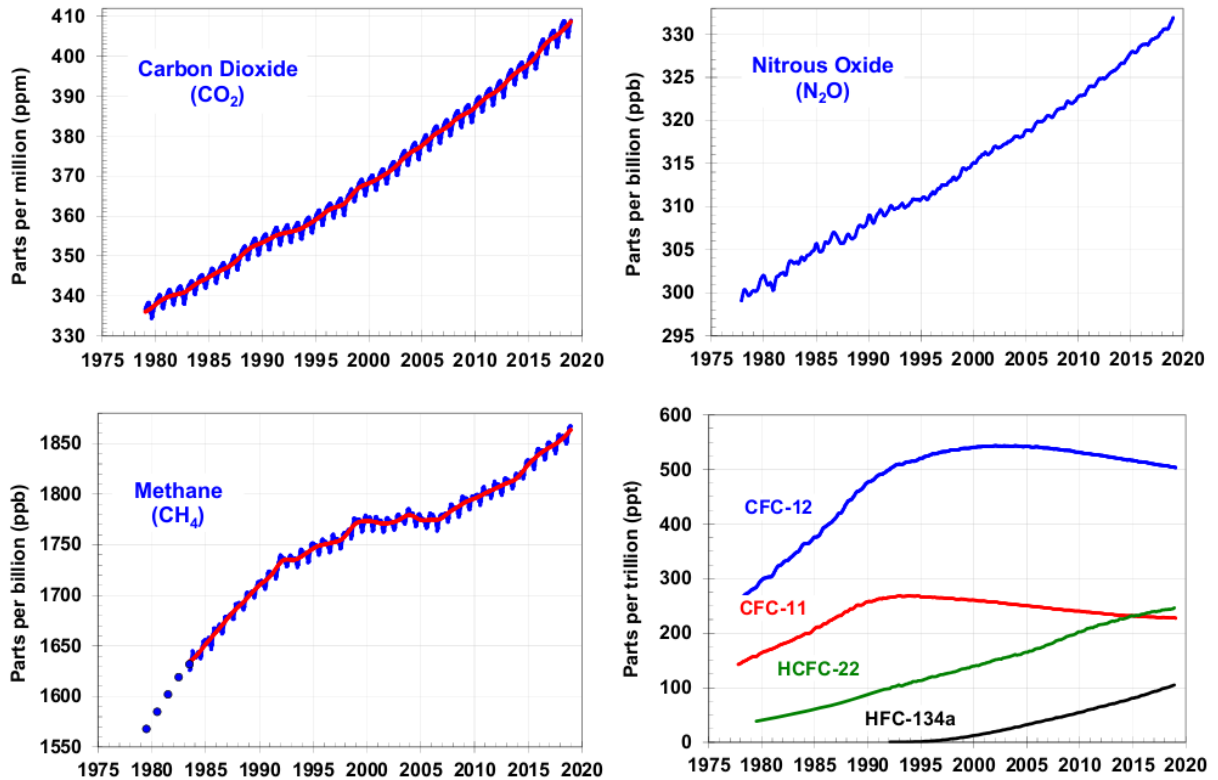


Рисунок 1. Зміни вмісту парникових газів в атмосфері Землі з 1975 до 2020 рр.

Інвестування в зелені технології може допомогти досягти цієї мети та забезпечити більш стале та екологічне майбутнє для нас та наших нащадків [2].

Інвестування в зелені технології має ряд переваг для інвесторів:

1. Інвестування в зелені технології приносить високий рівень доходу внаслідок зростаючого попиту на такі продукти та послуги.
2. Зелені технології та енергетика мають менший ризик зміни цін на енергоносії та інших ресурсів, що забезпечує стабільність доходів для інвесторів.
3. Інвестування в зелені технології приносить дохід від участі в міжнародних проектах та співпраці зі спеціалізованими компаніями та організаціями.

4. Зелені інвестиції є менш ризиковими, ніж інші види інвестування, оскільки компанії, які займаються зеленими технологіями, зазвичай мають більш стабільні фінансові показники та менший ризик екологічних проблем [3].

5. Підтримка соціальної відповідальності та допомога у створенні більш сталого та екологічно-дружнього світу.

Однак, компанії та інвестори повинні ретельно оцінювати ризики та вигоди, пов'язані з інвестуванням у зелені технології. Це може включати аналіз фінансових показників компаній, які займаються зеленими технологіями, а також оцінку впливу цих технологій на довкілля та суспільство. Крім того, інвестори повинні розглядати інвестування в зелені фонди, які забезпечують диверсифікацію та захист від ризиків.

Отже, інвестування в зелені технології є важливим кроком для забезпечення сталого розвитку та збереження навколишнього середовища. Компанії та інвестори повинні уважно оцінювати ризики та вигоди, пов'язані з такими інвестиціями, та віддавати перевагу компаніям, які прагнуть збалансованого підходу до розвитку, з урахуванням впливу на довкілля та суспільство. Інвестування в зелені технології є необхідним кроком у напрямі сталого розвитку, адже це сприяє зниженню викидів шкідливих речовин та покращенню якості повітря, води та ґрунту.

Список літератури:

1. Global Carbon Budget 2020 [Електронний ресурс] // Earth System Science Data. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://www.earth-system-science-data.net/about/news_and_press/2020-12-11_global-carbon-budget-2020.html (дата звернення: 21.04.2023).

2. Звіт Організації Об'єднаних Націй про стан виконання Цілей сталого розвитку в 2020 році: [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/> (дата звернення: 21.04.2023).

3. "Зелені інвестиції: ризики та можливості" - дослідження, проведене Департаментом економіки та соціальних справ ООН, [Електронний ресурс] -

Режим доступу до ресурсу: https://unctad.org/system/files/official-document/diaeiainf2020d3_en.pdf (дата звернення: 21.04.2023).

4. Міжнародна агенція з енергетики відновлювальних джерел. (2021). Renewable Energy Technology Deployment: IEA Recommendations to G20. [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://www.irena.org/publications/2021/Mar/Renewable-Energy-Technology-Deployment-IEA-Recommendations-to-G20> (дата звернення: 21.04.2023).

5. Міжнародна енергетична агенція. (2021). Energy Technology Perspectives 2020: Special Report on Clean Energy Innovation. [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://www.iea.org/reports/energy-technology-perspectives-2020> (дата звернення: 21.04.2023).

6. Організація з економічного співробітництва та розвитку. (2021). [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: Green Growth Knowledge Platform. <https://www.greengrowthknowledge.org/> (дата звернення: 21.04.2023).

7. Організація Об'єднаних Націй. (2021). Sustainable Development Goals Knowledge Platform. [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://sustainabledevelopment.un.org/> (дата звернення: 21.04.2023).

Перегудов Г.В.
ННІБО ім. А. Поручника, магістрант

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ ПІДПРИЄМСТВА ED-TECH

Реалізація проектів переважної більшості сучасних підприємств є нічим іншим, аніж невід'ємною частиною їх діяльності. Проектний менеджмент дозволяє навести фокус на певну ціль, виокремити її та отримати бажаний вихлоп,

правильно направивши та використавши необхідні ресурси. Отже для більшого впорядкування та зростання компанії створення та впровадження корпоративної системи управління проектами стає мастхевом, без якого в певний момент рух вперед може припинитися зовсім. Отже, метою дослідження є розробка і обґрунтування конкретних шляхів впровадження КСУП підприємства Ed-Tech.

ТОВ «ПЦ «РЕКАТОР» у м. Київ належить до підприємства Ed-Tech та зареєстроване, як продюсерський центр. Оскільки компанія має на меті створення та впровадження корпоративної системи управління проектами, та не планує обмежувати географію присутності, було проведено аналіз не лише місцевого, а й світового ринку Ed-Tech в цілому. Проведений та систематизований аналіз HolonIQ дозволяє дійти наступних висновків:

- З 2000-х витрати на навчання постійно зростають – від 2,8 до \$5,4 трлн (станом на 2021-й);
- Є чітка тенденція до подальшого збільшення витрат – орієнтовні \$7,3 та \$10 трлн. станом на 2025-й та 2030-й рр. відповідно;
- На 2050-й прогнозовано +2 мільярди світового населення, котрі будуть мати мінімум шкільну освіту;
- Поточні світові кризи повинні відобразитися на офлайн освіті та стимулювати лавиноподібний перетік ринку в онлайн [1-2].

У процесі роботи були відображені та опрацьовані зокрема методології p2m та PMI PMBOK. Окрім цього була проведена оцінка проектної діяльності ТОВ «ПЦ «РЕАКТОР» та його практики управління проектами. Також був проведений аналіз поточних можливостей та перспектив майбутньої діяльності підприємства. Окремо порахована оцінка ризиків та впливаючих з цього економічних результатів при впровадженні корпоративної системи управління проектами. Зважаючи на підсумки та результати проведеної роботи, можна зробити висновок щодо того, що формування КСУП є надзвичайно важливим для розвитку та зростання компаній в сфері Ed-Tech [3-4].

Загалом, сформована КСУП - одна із ключових складових успішної діяльності компанії, оскільки замінює хаос керованістю. Різномірне календарне

планування, побудова критичного шляху проєктів, оптимізація ресурсних та часових витрат, фокусування і чіткий розподіл завдань – це та багато іншого говорить «за» впровадження КСУП [5].

Крім того, галузь Ed-Tech є однією з надзвичайно перспективних і має високий потенціал для розвитку навіть в умовах кризових викликів. Можна навіть відзначити, що бойові дії (для України) та Covid-19 (для ринку в цілому) лише пришвидшили розвиток ET. Український ринок Ed-Tech зокрема є відносно новим та не вдосталь насиченим. Наразі є тимчасовий потенціал для надання послуг для ВПЛ та біженців, котрі з плином часу та ознайомленням з новим форматом освітніх послуг можуть доєднатись та продовжувати користуватися послугами компаній Ed-Tech в подальшому вже сталому майбутньому. І впровадження КСУП лише покращить становище компанії на молодому та важливому ринку сьогодення [6].

Отже висвітлення методологій та стандартів РМ, робота з дослідження формування КСУП на прикладі ТОВ «ПЦ «РЕАКТОР» - всі ці дані дозволять не тільки значно покращити ситуацію з поточним проектним менеджментом в компанії, а й слугувати досвідом для інших підприємств, що надають освітні послуги та присутні на ринку Ed-Tech.

Список літератури:

1. \$10 Trillion Global Education Market in 2030. HolonIQ. 2018. URL: <https://www.holoniq.com/notes/10-trillion-global-education-market-in-2030> (дата звернення: 10.02.2023).
2. Ed-Tech in 10 charts. HolonIQ. 2022. URL: <https://www.holoniq.com/edtech-in-10-charts> (дата звернення: 10.02.2023).
3. Вікіпедія. P2M. 2022. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/P2M> (дата звернення: 10.02.2023).
4. Вікіпедія. Project Management Body of Knowledge. 2022. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Project_Management_Body_of_Knowledge (дата звернення: 10.02.2023).

5. Школа РМ. 20 переваг project-менеджменту для компаній. Worksection блог. URL: <https://worksection.com/ua/blog/importance-of-project-management.html> (дата звернення: 10.02.2023).
6. Сергій З. Що таке EdTech і чому він є перспективним напрямком для ІТ-бізнесу. 24 БІЗНЕС. https://24tv.ua/business/shho-take-edtech-chomu-vin-ye-perspektivnim-napryamkom-dlya-it_n1800632 (дата звернення: 10.02.2023).

М.О. Денісова
(ННІБО ім. А. Поручника, магістрант)

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЕТАПІ ЙОГО СТВОРЕННЯ

За статистикою, 90% стартапів гинуть, ще 9% стають операційно прибутковими компаніями, але без великих мультиплікаторів зростання і лише 1% досягають успіху в розумінні венчурних капіталістів. Згідно досліджень CB Insight однією з ключових проблем є відсутність ресурсів для розвитку та масштабування бізнесу компанії.

Брак коштів є однією з найпоширеніших проблем бізнесу на початкових стадіях. Помилки в оцінці необхідного для проекту розміру фінансування, невдалий вибір інвестора стають причиною загибелі стартапів на початковій стадії розвитку та зростання, навіть не досягнувши сталого розвитку. Саме на цій проблематиці ми сфокусуємось у своєму дослідженні.

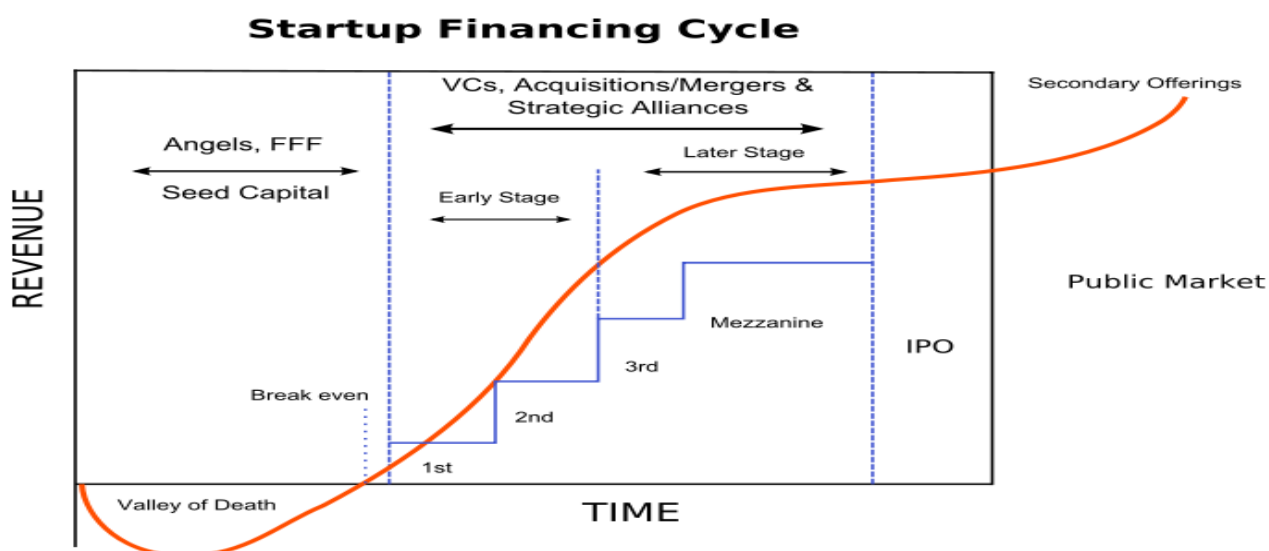


Рис. 1. Фінансовий цикл стартапів

Опираючись на фінансову цикл стартапів (мал. 1) можемо побачити, що прибуток нового підприємства залежить від етапу розвитку нового підприємства та особливостей їх фінансування. Згідно міжнародної термінології визначають такі основні стадії розвитку нового підприємства:

Seed stage: Це етап зародження ідеї, в основі якої лежить розробка основної концепції продукту. На цьому етапі також формується команда та приблизний план розвитку ідеї і вже розглядаються варіанти пошуку інвесторів. Мінімальне фінансування необхідно вже на цьому етапі і найкращою рекомендацією на даному етапі є використання правила фінансування 3F (Family, Friends, Fools). Знайти інвестора на цьому майже неможливо, оскільки проект ще не має якихось досягнень чи показників, за якими можна судити про його ефективність.

Startup stage – стадія запуску. Основна ціль даної стадії – налагоджувати систему просування продукту і шукати джерела фінансування. На цій стадії вже є готова бізнес модель, зібрана команда, створені операційні процеси, є стратегія просування продукту, оформлені всі юридичні документи для легалізації підприємства, зроблені перші кроки в рекламі. А саме головне мають бути вже перші результати, адже ця стадія є важливою так як тут саме час почати пошуки інвесторів і саме результати діяльності стануть найміцнішими аргументами для залучення фінансування. Фінансування на цьому етапі надважливо, оскільки потрібно оплачувати заробітну плату, оренду та утримання офісу та ін. можливі витрати. Знаходження інвестора на цьому етапі – завдання не з простих, але необхідне. Вкладень потрібно більше, ніж на початковій стадії, а прибутки скоріше за все незначні, тому не зможуть покрити витрати. Іншим джерелом фінансування в цей час є краудфандінг (народне

фінансування) – отримання коштів від співтовариства людей, готових скластися грошима для надання допомоги, в даному випадку, для розвитку багатообіцяючого стартап-проекту.

Growth stage - етап стабілізації бізнесу. Півоти на цьому етапі вже недопустимі. Завдання власників остаточно сформувати продукт, послуги, виправлення виявлених дефектів, тобто доведення проекту до ідеального стану.

Стадія зростання характеризується наявністю прибутку, певним місцем на ринку і популярністю серед користувачів продукту. Основні інвестиції залучаються в рекламу з метою збільшення доходу або розширення кола користувачів. Також зростають витрати на утримання компанії і здійснення маркетингових планів. Прибуток на цьому етапі є, але ще недостатній щоб покрити витрати підприємства. Це золотий час для залучення інвесторів, так як вони самі знаходять стартапи на такому етапі, адже вже видно і ефективність самої ідеї, і прибутковість компанії, що вказують на перспективність подальшого співробітництва.

Expansion stage. Стадія, коли компанія має готовий продукт, що приносить постійний прибуток. Маркетингова стратегія на цьому етапі відпрацьована до дрібниць, і це стадія коли компанія готова до масштабування свого бізнесу, тобто збільшення обсягів продажу, розповсюдження в суміжних сферах діяльності або залучення масового кола споживачів або вихід на міжнародні ринки. Важливим завданням у цей час фахівці вважають правильне побудову відносин з інвесторами. Власники компанії повинні визначитися з її майбутнім. В залежності від цього будувати плани. Якщо компанію передбачається продаж бізнесу або контрольного пакету акцій, то фокус має бути спрямований на пошук відповідного інвестора, якому захочеться придбати компанію або контрольний пакет акцій. На цьому етапі при потребі можуть залучатися інвестиції із венчурних чи інвестиційних компаній.

Exit stage - Найчастіше на цій стадії компанія починає випускати акції, які приносять дохід її засновникам. В інших випадках компанію продають як готовий бізнес. В принципі, етап «виходу» говорить про те, що стартап-проект перетворився на серйозний бізнес, коли компанія займає на ринку лідируюче або близьке до нього місце, має високу окупність, штат компанії становить команда висококваліфікованих фахівців, і їх робота налагоджена. На цьому етапі інвестори, які інвестували на ранніх стадіях приймають рішення про продаж своїх часток, або отримання доходів у вигляді дивідендів.

Підводячи висновки, можна зазначити наступне, що для сталого розвитку підприємства на етапі розвитку процес фінансування має включати наступні особливості:

Стратегія та план фінансування має стати першочерговим фокусом підприємця на початковій стадії створення підприємства. Це унеможливить в подальшому ризиків з припиненням інвестування і відповідно завершенням проекту. Диференційний підхід фінансування на кожному етапі розвитку з точки зору джерела інвестицій є ключовим для досягнення успіху в пошуках інвестицій на проект. При цьому в будь-якому підприємстві можливість реалізувати проект за рахунок залучення власних інвестицій є найкращим рішенням для успішної його реалізації і доходження до стадії сталого розвитку.

Список літератури:

1. Галина Василевська, Контриб'ютор Forbes. Стартапи провалюються, але це не вирок. Як рятувати компанію, яка не злетіла. URL: <https://forbes.ua/innovations/startapi-provalyuyutsya-ale-tse-ne-virok-yak-ryatuvati-kompaniyu-yaka-ne-zletila-26102021-2655>
2. CB insights, August 3, 2021. The Top 12 Reasons Startups Fail. URL: <https://www.cbinsights.com/research/report/startup-failure-reasons-top/>
3. Стаття Баб'ячок Р.І., підприємець-інноватор, Кульчицький І.І., експерт ГО «Агенція Європейських Інновацій», 2018 рік: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ -ПРОБЛЕМИ, ПЕРЕШКОДИ І МОЖЛИВОСТІ
4. Start UP explore. Article: Understanding differences in startup financing stages URL: <https://startupxplore.com/en/blog/types-startup-investing/>
5. NOW CFO. Article: Rounds of Funding for Start-Ups. URL: <https://www.nowcfo.com/rounds-of-funding-for-start-ups/>

Viktor Mietolkin - IBO 103 (English)
 Scientific director: Vitaliy Mikolayovych Tsarev,
 PhD candidate in Economics

DIGITAL TRANSFORMATION OF THE COMPANY: A STRATEGIC APPROACH TO SALES AND MARKETING

In today's business landscape, digital transformation is no longer an option but a necessity for company that want to stay competitive and relevant. The rise of technology and the internet has changed the way businesses operate, market, and sell their products or services. Digital technologies have provided new opportunities for company to reach and engage with customers, optimize their operations, and drive growth and profitability.

One of the key aspects of digital transformation is the development of a robust digital business system that integrates various digital tools and platforms, such as customer relationship management software, email marketing software, social media management tools, data analytics and reporting tools, and e-commerce platforms. These tools can help businesses to streamline their sales and marketing processes, enhance customer experience and engagement, and gain valuable insights from data.

To drive digital transformation successfully, company need to establish a dedicated digital business unit with clear goals and KPIs, and a strong organizational structure to support digital business operations. Company need to ensure that all stakeholders, including senior management, employees, customers, and vendors, are on board and committed to the project's objectives.

The benefits of digital transformation are significant and include increased sales and revenue, improved customer experience and satisfaction, enhanced digital capabilities, and competitiveness. In addition, company that embrace digital transformation can lower their operating costs, reduce their time to market, and gain a better understanding of their customers' needs and preferences.

Despite the potential benefits, digital transformation can also pose risks and challenges. Some of the common risks and challenges include delays in customization and integration of the digital business system, resistance from staff to adopt the new system, technical issues with the system, and inadequate training for staff on the use of the system. Company need to identify and mitigate these risks through effective project management and risk management strategies.

Digital transformation is an essential component of modern business strategy.

Based on the analysis and recommendations provided in work Formation of a Digital Business System at TOV BSH Pobutova Tehnika, it is recommended that company should consider developing a robust digital business system for sales and marketing, focusing on optimizing their online presence, enhancing customer experience, and leveraging data analytics to drive informed decision making.

One of the key factors for success in this project would be stakeholder engagement. Company need to ensure that all stakeholders are on board and understand the importance and benefits of digital transformation. Additionally, building a strong organizational structure to support digital business operations is essential. Company need to ensure that they have the right talent, technology, and processes in place to support the digital business unit.

The success of the digital transformation project will depend on various factors, including the implementation of various digital marketing strategies, such as email marketing, CRM, and SEO/SEM. Company need to set clear goals and KPIs for the digital business unit and ensure that they are measuring and tracking the right metrics to gauge the success of their digital marketing efforts.

Data analytics will also play a crucial role in the success of the digital business unit. By leveraging data from various sources, such as website analytics, social media metrics customer feedback and bigdata instruments the company can gain insights into customer preferences and behaviors, identify areas for improvement, and make informed decisions about its marketing strategies. The use of data analytics will also enable the company to track its performance against its KPIs and adjust its strategies accordingly.

Depending on the scenario, company can expect an estimated significant growth and profitability for the company.

In the long run, the implementation of a digital business system can lead to a decline in the bargaining power of buyers, as company are better able to target and engage with their customers. Additionally, the influence of competitors on the market

share and profitability level of company can be lowered through the implementation of a strong digital marketing strategy.

Conclusion. Company need to embrace digital transformation to remain competitive in today's rapidly evolving business landscape. By developing a robust digital business system, company can optimize their online presence, enhance customer experience, and drive informed decision making through data analytics. The success of the digital transformation project will depend on stakeholder engagement, the right talent, technology, and processes, as well as the implementation of a clear digital marketing strategy with set goals and KPIs.

Мухлиніна О.О.
ННІБО ім. А.Поручника, магістрант)

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТОВ «АСТАРТА-КИЇВ»

Фінансування сталого розвитку є складним і довгостроковим процесом, який визначається низкою економічних і неекономічних факторів. Існують фінансові інструменти, які можуть бути джерелом фінансування сталого розвитку. Вибір джерел та інструментів фінансування сталого розвитку впливає на фінансову стабільність підприємства і призводить до досягнення запланованих результатів діяльності.

Ключову роль у реалізації цілей сталого розвитку відіграє фінансування. Окрім торгівлі, технологій, зміцнення місцевого потенціалу та міжнародного співробітництва, фінансування має першочергове значення [1, с. 74]. Пріоритетами є посиленні мобілізації внутрішніх ресурсів підприємства, виділення ресурсів на досягнення цілей сталого розвитку, співпраця з метою залучення нових джерел фінансування.

Для економіки сталого розвитку основним є не споживчий, ресурсний підхід, а більш широкий підхід, що включає взаємодію різних видів капіталу, в яких втілюються ці ресурси, направлену не тільки на підтримку процесу «виробництво – споживання», але й на відтворення самого капіталу [2]. При цьому усі види капіталів узгоджуються з складовими елементами концепції сталого розвитку:

соціальна складова відповідає людському капіталу, екологічна складова відповідає екологічному капіталу, а основою економічної складової є виробничий капітал. Щодо фінансового капіталу, то він є обслуговуючим для усіх видів капіталу.

ТОВ «Астарта-Київ» – це вертикально інтегрований агропромисловий холдинг в Україні, публічна європейська компанія, яка організовує соціально-відповідальний бізнес і займається виробництвом продовольчих товарів з орієнтацією на український та глобальні ринки [3]. Метою керівництва ТОВ «Астарта-Київ» є побудова високотехнологічної інноваційної компанії, яка буде впізнавана в усьому світі завдяки відомості бренду і бездоганній репутації, яка займається виробництвом продукції найвищої якості, що задовольнятиме потреби найвибагливіших споживачів.

Для посилення ефективності діяльності та досягнення цілей сталого розвитку ТОВ «Астарта-Київ» впроваджує культуру ощадливого виробництва та енергоефективних технологій, що дозволяє підвищити рівень екологічності продукції. Беручи активну участь у формуванні бізнес-середовища, ТОВ «Астарта-Київ»: керується принципами сталого розвитку; підтримує проекти державно-приватного партнерства; розвиває проекти із співпраці з галузевими і професійними асоціаціями, профспілками та місцевими органами влади; сприяє розвитку професійної освіти та прикладних наукових досліджень у країні [3].

Сільське господарство характеризується посиленням екологічним та соціальним впливом. Відповідно до цілей сталого розвитку ТОВ «Астарта-Київ» намагається мінімізувати негативний вплив від виробничого процесу і максимізувати позитивні наслідки. ТОВ «Астарта-Київ» у 2020 році затвердила Політику сталого розвитку, якою визначаються основні пріоритети у сфері сталого розвитку та визначила ключові принципи мінімізації кліматичного впливу. Крім того, ТОВ «Астарта-Київ» розробила і запровадила корпоративний стандарт «Сталі закупівлі», який забезпечує вдосконалений підхід до управління взаємодією із постачальниками і підрядниками на основі принципів закупівель ЄБРР та стандартів ISO 20400. У 2020 році в управлінні ТОВ «Астарта-Київ» було

запроваджено ключові показники ефективності (КРІ), які охоплюють основні цілі сталого розвитку, викиди парникових газів, водо- і енергоефективність, безпеку праці.

Слід відмітити, що основним джерелом фінансування сталого розвитку ТОВ «Астарта-Київ» є власний капітал, який за результати 2021 року становив 71% пасивів, тоді як на довгострокові зобов'язання компанії припадало 17%, а поточні зобов'язання – 12%. Причому на кредитне фінансування діяльності ТОВ «Астарта-Київ» приходиться 14,7% зобов'язань (4% валюти балансу).

Таким чином, сьогодні провідні компанії світу, до яких можна віднести ТОВ «Астарта-Київ», розвиваються відповідно до концепції сталого розвитку, фінансове забезпечення якої передбачає залучення різних джерел фінансування і фінансових інструментів. На ТОВ «Астарта-Київ» затверджено Політику сталого розвитку, якою визначаються основні пріоритети сталого розвитку компанії. Дослідження показало, що основним джерелом фінансування діяльності ТОВ «Астарта-Київ» є власний капітал, на який приходиться більше 70% пасивів, на кредитне фінансування припадає 4% валюти балансу.

Список літератури:

1. Дибя М. І., Гернего Ю. О. Потенціал фінансування ініціатив зеленого курсу в Україні. *Фінанси України*. 2021. N 2. С. 73-84.
2. Солодовнік, О. Фінансове забезпечення сталого розвитку підприємств. *Економіка та суспільство*, №49. 2023. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-17>
3. Офіційний сайт компанії ТОВ «Астарта-Київ». URL: <https://astartaholding.com/zvity/>

Іваськів Ю.М.
студент 1 групи, 2 курсу
МБА універсальна

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Постановка проблеми. У ХХІ ст. основним вектором цивілізаційного руху стала концепція сталого розвитку, яка означає перехід суспільства до стратегії збалансованого, різнобічного та гармонійного розвитку, яка враховує його економічну, соціальну та екологічну складові. Дивлячись на пріоритетне місце економічної складової концепції сталого розвитку по відношенню до соціальних та екологічних перетворень, саме її фінансове забезпечення є ключовою передумовою успішної реалізації концепції в цілому. Це робить актуальним питання формування механізмів фінансування процесів, направлених на досягнення основних цілей сталого розвитку.

Результати дослідження. Затвердження концепції сталого розвитку є першим і досить важливим кроком на шляху до реалізації суспільством пріоритетів сталого розвитку. Зазначимо, що поняття сталий (стійкий) розвиток використовується для характеристики такого типу розвитку економіки, який сприяє покращенню екологічної безпеки, забезпечує відтворюваність обмежених природних ресурсів та забезпечує якість економічне зростання. Про важливе значення концепції сталого розвитку в сучасних умовах економічної діяльності свідчить той факт, що сьогодні жоден значний інвестиційний проект не буде схвалено ООН, МВФ або Всесвітнім банком реконструкції та розвитку, якщо він не буде мати зв'язку з концепцією сталого розвитку.

Фінансове забезпечення є ключовим фактором для забезпечення сталого розвитку. Фінансове забезпечення сталого розвитку – це комплекс заходів, спрямованих на забезпечення необхідних фінансових ресурсів для реалізації проектів та ініціатив, що сприяють сталому розвитку, з урахуванням економічних, соціальних та екологічних вимог. Фінансове забезпечення сталого розвитку включає залучення фінансування з різних джерел, відповідне регулювання фінансового ринку та розвиток нових фінансових інструментів та механізмів для підтримки сталого розвитку [1, с. 312].

Одним з ключових інструментів фінансового забезпечення сталого розвитку є зелені інвестиції. Зелене інвестування передбачає інвестування коштів в екологічно-орієнтовані проекти, що відповідають певним екологічним критеріям

та сприяють зменшенню впливу на довкілля. До таких проектів можуть відноситися відновлювані джерела енергії, енергоефективність, екологічна мобільність. Важливим елементом фінансового забезпечення сталого розвитку є залучення зовнішніх джерел фінансування, таких як різноманітні фонди міжнародних організацій та програми розвитку. Такі джерела фінансування можуть забезпечити додаткові ресурси для реалізації проектів сталого розвитку та сприяти забезпеченню їх успішної реалізації.

Також важливим елементом фінансового забезпечення сталого розвитку є впровадження ефективних механізмів фінансової регуляції, таких як податкова політика, фіскальні стимули, ринок викидів та інші. Ці механізми можуть допомогти стимулювати підприємства та громадян до використання екологічно чистих технологій та зниження впливу на довкілля.

Важливою умовою фінансового забезпечення сталого розвитку є партнерство між державними органами влади, приватними підприємствами та громадським сектором. Співпраця між цими стейкхолдерами може сприяти досягненню спільних цілей та забезпеченню фінансової підтримки для реалізації сталого розвитку.

ТОВ «ІНВЕСТ-БУД» – це будівельне підприємство, основним видом діяльності його є будівництво житлових та нежитлових будівель. ТОВ «ІНВЕСТ-БУД» було зареєстроване 2016 року у м. Києві.

ТОВ «ІНВЕСТ-БУД» відноситься до середніх підприємств. Фінансове забезпечення малих і середніх підприємств передбачає забезпечення їх господарської діяльності усіма необхідними фінансовими ресурсами і матеріальними цінностями для успішного функціонування та розвитку. Основними методами фінансування розвитку підприємства є: самофінансування, кредитне фінансування, лізинг, венчурне фінансування, державне фінансування, проектне фінансування, змішане фінансування [2, с. 45].

У діяльності будівельного підприємства важливою є наявність достатньої кількості ресурсів для того, щоб забезпечити необхідні інвестиції. Основними джерелами фінансування, які використовує ТОВ «ІНВЕСТ-БУД» є:

– кредитне фінансування – ТОВ «ІНВЕСТ-БУД» активно використовує для фінансування своєї діяльності кредити банків. Зокрема, короткострокове кредитне фінансування підприємство використовує для забезпечення обігових коштів, а довгострокове фінансування – для інвестицій в будівельне обладнання, машини, розширення виробничого процесу;

– лізинг ТОВ «ІНВЕСТ-БУД» використовує для придбання транспортних засобів на умовах довгострокової оренди з правом їх викупу. Це для підприємства вигідніше, ніж їх купівля відразу, оскільки лізинг дозволяє розподілити витрати протягом тривалого часу. Крім того, застосування лізингу допомагає зменшити податковий тиск, оскільки лізингові платежі можуть бути списані від прибутку.

Проте останнім часом, можливості банківського кредитування обмежені, тому підприємству стикнулося з необхідністю пошуку нових джерел фінансування. Сьогодні до таких нових, інноваційних джерел фінансування, можна віднести краудфандинг. Краудфандинг – це спосіб залучення фінансування від широкого кола інвесторів, зазвичай через Інтернет-платформи [3, с. 74]. В основі краудфандингу лежить ідея залучення відносно невеликих сум грошей від великої кількості людей для фінансування проектів або ідей.

Висновки. Підсумовуючи, слід відмітити, що фінансове забезпечення сталого розвитку передбачає залучення різних джерел фінансування та використання різноманітних фінансових інструментів. Забезпечення сталості фінансування економічної діяльності підприємства та розвиток нових фінансових інструментів допомагають досягненню мети сталого розвитку.

Список літератури:

1. Ільчук В. П. Фінансове забезпечення сталого розвитку підприємств реального сектора економіки. В. П. Ільчук, Т. О. Шпомер. Проблеми економіки. 2018. № 2. С. 310-316.
2. Фінансова безпека будівельних підприємств: монографія. Воробйов Ю.М., Воробйова О.І., Блажевич О.Г. Сімферополь : ВД «АРІАЛ», 2013. 180 с.

3. Фінансове забезпечення сталого розвитку: збірник наукових праць кафедри фінансів ім. С. І. Юрія Західноукраїнського національного університету. Вип. 1. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 126 с

Абисова І.К., МБА 2 група

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ОСББ

Постановка проблеми. У ХХІ ст. розвиток світової економіки характеризується зростанням негативного впливу діяльності промислових підприємств на довкілля і суспільство. З метою вирішення цієї проблеми міжнародні організації та національні уряди об'єднали зусилля та визначили пріоритети сталого розвитку, яких повинні дотримуватися усі підприємства, під час здійснення господарської діяльності. Переорієнтація виробничих процесів на досягнення цілей сталого розвитку є досить ресурсозатратною і потребує значних інвестицій, які актуалізують потребу у залученні фінансових ресурсів з різних джерел і забезпечення їхнього ефективного використання. Однак, традиційні моделі, форми та інструменти фінансування показали свою обмеженість щодо реалізації цих стратегічних ініціатив. Тому, завдання фінансового забезпечення підприємств на засадах сталого розвитку сьогодні набуває особливої актуальності.

Результати дослідження. Сталий розвиток – це процес змін у сфері експлуатації природних ресурсів, орієнтація науково-технічного розвитку, напрям інвестицій, які посилюють нинішній та майбутній потенціал для задоволення людських потреб [1, с. 214]. Сталий розвиток передбачає збалансований розвиток трьох вимірів – економічного, екологічного та соціального. Основою реалізації проектів сталого розвитку є відповідне фінансове забезпечення, що вимагає мобілізації фінансових ресурсів широкого кола зацікавлених стейкхолдерів, застосування спеціалізованих фінансових моделей, методів та інструментів інвестування.

Фінансування сталого розвитку підприємства – це діяльність підприємства, фінансових організацій, держави на засадах співробітництва та партнерства, що пов'язана із забезпеченням підприємства необхідними фінансовими ресурсами для реалізації його стратегії і досягнення цілей сталого розвитку в економічній, соціальній та екологічній сферах.

У практиці господарської діяльності українських підприємств найбільш популярними є наступні форми фінансування сталого розвитку:

- самофінансування – усі витрати на розвиток підприємства забезпечуються із його власних джерел, без залучення кредитних коштів чи коштів держбюджету. При такій системі фінансування сталого розвитку відбувається за рахунок чистого прибутку підприємства без залучення зовнішніх фінансових ресурсів;

- кредитування – надання підприємству банківських кредитів на засадах строковості, платності та повернення. На сьогодні в Україні банківське кредитування сталого розвитку підприємств утруднене через воєнні дії;

- бюджетне фінансування – форма фінансування сталого розвитку підприємств за рахунок централізованого виділення фінансових ресурсів з державного бюджету у вигляді безоплатного, безповоротного надання коштів, інвестицій [2, с. 220].

Дивлячись на високе суспільне значення проектів сталого розвитку, наявність значної потреби у їхньому фінансуванні і низьку «привабливість» очікуваних прибутків від такого інвестування, державна підтримка фінансового забезпечення сталого розвитку набуває великого значення. Зважаючи на те, що цілі сталого розвитку відносяться до національних пріоритетів України, тому заходи стосовно їхнього досягнення повинні стимулюватися та підтримуватися державною політикою.

ТОВ «ДімПРО» спеціалізується на наданні послуг (консультаційні послуги, послуги з управління багатоквартирними будинками, технічне обслуговування мереж) об'єднанням співвласників багатоквартирних будинків (ОСББ) [3].

Фінансова модель ТОВ «ДімПРО» наступна – всі накладні витрати компанії дорівнюють сумі вартості укладених договорів на обслуговування, а 8-10% отриманих доходів накопичуються у «страховому фонді» на випадок непередбачених кризових явищ.

Фінансування сталого розвитку ТОВ «ДімПРО» відбувається виключно за рахунок самофінансування, кредитними коштами чи дотаціями з державного бюджету підприємство не користується. Обсяг отриманого прибутку ТОВ «ДімПРО» дає можливість власним коштом фінансувати поточну діяльність підприємства. Проте, для забезпечення розширеного відтворення та сталого розвитку ТОВ «ДімПРО» необхідне залучення додаткового фінансування, оскільки його власні ресурси доволі обмежені і не можуть в повній мірі задовільнити ці цілі. Крім того, досвід провідних та зарубіжних підприємств свідчить, що розумна політика залучення зовнішнього фінансування позитивно впливає на їх діяльність, даючи можливість реалізації перспективних проектів. Зважаючи на це, можна порекомендувати ТОВ «ДімПРО» використовувати для фінансування сталого розвитку кредитування, тим паче, що сьогодні провідні українські банки відновили програми кредитування бізнесу.

Зважаючи, що діяльність ТОВ «ДімПРО» має важливе соціальне значення (підтримка чистоти, благоустрій), то воно може скористатися для фінансування проектів сталого розвитку такими новітніми інструментами фінансування як краудфандинг та фандрейзинг. Краудфандинг – це механізм залучення фінансування з метою реалізації продукту, проведення заходу, допомоги нужденним, підтримки бізнесу тощо. Фандрейзинг – це публічний процес збору коштів, які залучаються для реалізації соціально важливих проектів. Ці інструменти фінансування ТОВ «ДімПРО» може використовувати для своїх проектів, наприклад, благоустрою двору будинку чи купівлі нового енерго- та ресурсозберігаючого обладнання.

Висновки. Орієнтація підприємства на досягнення цілей сталого розвитку призводить до суттєвих трансформації у всіх сферах його діяльності, зокрема у фінансовій сфері. Фінансування сталого розвитку ТОВ «ДімПРО» відбувається

виключно за рахунок самофінансування, кредитними коштами чи дотаціями з державного бюджету підприємство не користується

Список літератури:

1. Васильчук І. П. Фінанси сталого розвитку як відповідь на виклики постіндустріальної економіки. Проблеми економіки. 2015. № 2. С. 213–218.
2. Кожухова Т. В. Стратегії фінансування сталого розвитку. Глобальні та національні проблеми економіки. 2014. Вип. 2. С. 218-221
3. Офіційний сайт ТОВ «ДімПРО». URL:<https://www.dimpro.com.ua>

Болохонов Дмитро Андрійович
ННІБО ім. А. Поручника, магістрант

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БАНКУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Практика роботи успішних зарубіжних і вітчизняних банківських установ свідчить, що забезпечення довгострокових конкурентних переваг і досягнення лідерських позицій на ринку можлива за умови прагнення не тільки до максимізації економічної ефективності, але і до відповідальності перед співробітниками, державою, суспільством, клієнтами, екологічним середовищем.

Соціальна відповідальність як система управління являє собою комплекс цілеспрямованих взаємозв'язаних дій (процесів), які регулярно виконуються та дають змогу результативно управляти нефінансовими аспектами діяльності банківських установ, а також інтегрувати наявні системи та ініціативи у сфері соціальної відповідальності [2]. Її складовими можуть бути системи управління, програми та процедури з управління нефінансовими аспектами діяльності організації (система менеджменту якості, екологічного менеджменту, охорона праці, системи управління відносинами з клієнтами, процедура оцінки бізнес-ризиків, способи виявлення корупції, програми мотивації персоналу, діяльність у сфері стратегічної доброчинності, соціальні інвестиції, корпоративна етика тощо).

У 2022 році практика корпоративної соціальної відповідальності українського бізнесу загалом, і банківського сектору зокрема, трансформувалися відповідно до умов воєнного часу. До традиційних проявів КСВ додаються практики соціальної відповідальності, обумовлені воєнним сьогоденням – сплата податку на прибуток авансом (для підтримки економіки України), участь банків на ринку військових ОВДП, надання пільгових умов для позичальників на час війни, прийняття участі у соціальних проектах, гуманітарних місіях, корпоративне волонтерство, фінансування військових потреб, участь у

фінансуванні проєктів, пов'язаних з укріпленням оборони міст та допомогою внутрішньо переміщених особам, тощо [1].

З початку повномасштабного вторгнення ключовим проявом соціальної відповідальності банківського сектору стало забезпечення безперебійної роботи, щоб клієнти відчували впевненість та підтримку. Забезпечення транзакцій та проходження платежів в умовах обстрілів, повітряних тривог, перебоїв з постачанням електроенергії та проблем зі зв'язком – було найпершим виявом соціальної відповідальності банків перед своїми клієнтами та суспільством.

Важливим елементом корпоративної соціальної відповідальності в умовах війни є допомога ЗСУ. Використання адресної моделі допомоги, на відміну від моделі донатів, дає можливість повного контролю процесу – від списку речей у запиті до їхньої закупівлі та передачі. Джерелом фінансування такої допомоги у 2022 році стали кошти, заощаджені від статей витрат на оренду, утримання офісних приміщень, навчання, маркетинг. На 2023 рік витрати на допомогу вже закладаються у бюджетах банківських установ.

В контексті євроінтеграції України, актуальним напрямком соціальної відповідальності лишається дотримання цілей сталого розвитку. Для банківських установ проявами в цьому напрямку є:

- сприяння розвитку економіки за рахунок відповідального ставлення до формування банківських продуктів та налагодження взаємовигідних партнерських зв'язків зі стейкхолдерами для сприяння ефективного вирішенню гострих економічних, соціальних, гуманітарних та екологічних проблем [3];

- сприяння розвитку цифрового суспільства, виведення на банківський ринок інноваційних продуктів та нових технологій;

- реалізація соціальної місії шляхом допомоги у подоланні фінансових труднощів, сприяння підвищенню фінансової грамотності населення;

- створення комфортних та безпечних робочих місць, сприяння організації віддаленої роботи, якісний розвиток співробітників [4];

- матеріальна, організаційна та психологічна підтримка співробітників.

Таким чином, умови воєнного часу призвели до розширення практик соціальної відповідальності банківського сектору за рахунок авансової сплати податків, розширення роботи із військовими ОВДП, фінансування потреб фронту, благодійної допомоги постраждалим від воєнних дій, організації роботи персоналу із врахуванням умов воєнного стану (облаштування укриттів із повноцінними робочими місцями, організація відділеної роботи), тощо. Крім цього, в умовах війни важливим стає вдосконалення можливостей дистанційного обслуговування клієнтів, забезпечення сервісів із врахуванням того, що часто фізичний доступ до відділень банку є неможливим. Робота банків після війни потребуватиме подальшої активізації в сфері соціальної відповідальності для забезпечення сталого розвитку економіки України.

Список літератури:

1. Завдяки державним банкам та банкам з іноземним капіталом банківська система України впевнено пройде кризу. Рейтингове агентство «Стандарт-Рейтинг» (Україна). 27.03.2023. URL: <https://interfax.com.ua/news/press-release/900161.html> (дата доступу 20.04.2023)
2. Мостепанюк А.В. Сутність, принципи та методи реалізації корпоративної соціальної відповідальності в сучасній ринковій економіці. Бізнес Інформ, 2019. № 11. С. 13-22.
3. Пасінович І.І., Сич О.А. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності банків в Україні в контексті сталого розвитку. Інтелект ХХІ. 2022. №2. С. 43-50.
4. Стойко І. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні у воєнний і післявоєнний період / Ігор Стойко, Роман Шерстюк, Ольга Долубовська // Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 2 (27). С. 93-106.

Наукове видання

**ПРІОРИТЕТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ
В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ**

**ЗАГАЛЬНОУНІВЕРСИТЕТСЬКА СТУДЕНТСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ**

м. Київ, 28 квітня 2023 р.

Видано в авторській редакції

Підписано до друку 15.05.23. Формат 60×84/8
Друк. арк. 7,29. Зам. № 23-5774.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
03680, Україна, м. Київ, пр. Перемоги, 54/1
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, № 235 від 07.11.2000)

E-mail: litera_kneu@ukr.net