

Separate Structural Unit “Khmelnysky Polytechnic Professional College
by Lviv Polytechnic National University” (Ukraine)
Lviv Polytechnic National University (Ukraine)
NOVA Community College (USA)

**ACTUAL PROBLEMS OF MODERN SCIENCE,
TECHNOLOGIES DEVELOPMENT
AND MANAGEMENT**

Thesis of
V Anniversary International Scientific and Practical Conference

Khmelnyskyi, 21st of November 2024

*Dedicated to the bright memory of those, who died for freedom and
independence of Ukraine*

*Khmelnyskyi
2024*

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1 ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ

Бачинська Д.С., Павлова М.Б. СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	10
Берлинець В.Я., Познаховський В.А. УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	12
Боднарчук Д.О., Павлова М.Б. ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА: ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	15
Брецько Ю.М., Шаровський Я.О., Завербний С.А. УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ЛАНЦЮГАМИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОСТІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ	18
Власюк Ю.О. МОТИВАЦІЙНИЙ ФАКТОР У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	21
Волошина Т.С., Круть В.О., Нікольчук Ю.М. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БАНКУ	26
Гавенко М.С. ПРИНЦИПИ РОБОТИ МОДЕЛІ «DIGITAL MARKETING MEASUREMENT MODEL»	31
Дейнега І. О., Карпач Р. А., Матвій І. Р. ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ	35
Завадських Г.М. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ	39
Іванченко А. А., Завадських Г.М. СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО У ВОЄННИЙ ЧАС	44
Кайдановська О.М. УДОСКОНАЛЕННЯ МИТНИХ ПРОЦЕДУР НА ШЛЯХУ ВСТУПУ УКРАЇНИ В ЄС	48

важливим завданням, виконати яке можна насамперед застосовуючи маркетингові інструменти. Реалізувавши запропоновані заходи, ТОВ «Рівень ЛТД» покращить результати власної діяльності уже в поточному році, а у довгостроковій перспективі – збільшить впізнаність бренду та покращить усі фінансові показники діяльності на постійній основі.

Список використаних джерел

1. Анпілогов С., Гарафонов О. Особливості формування стратегічного потенціалу вітчизняної пивоварної галузі: тенденції змін та імплантація антикризових заходів. *Modeling the development of the economic systems*. № 3. 2022. С. 8–19. URL: <http://surl.li/rfyojl> (дата звернення 15.10.2024).

2. Porter M. E. The Competitive Advantage of Nations. Harvard Business Review. 1990. URL: <http://surl.li/tqixp> (дата звернення 15.10.2024)

3. Дунда С. П., Рибачук-Ярова Т. В., Болотіна І. М. *Тенденції розвитку підприємств пивоварної галузі*. Мат. VI Міжнар. наук.-практ. конф. (присвяченої 100-річчю від Дня народження проф. Турченка М. М.): «Управління розвитком соціально-економічних систем», 15-16 червня 2022 року. Харків: ДБТУ, 2022. 76-78 с.

4. Козаченко О. Безалкогольний тренд та конкуренція з крафтом. Як зараз розвивається ринок пива в Україні. URL: <http://surl.li/duulgm> (дата звернення 07.10.2024).

Завадських Г.М.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу
Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного*

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Різні визначення КСВ пропонують як науковці та експерти, так і представники бізнесу, громадянського суспільства, урядових і консультативних організацій. Загалом, ці визначення зосереджуються на таких ключових аспектах:

– відповідальність бізнесу перед суспільством

(підзвітність);

- обов'язок бізнесу компенсувати негативні впливи та робити внесок у соціальне благополуччя;
- етична, відповідальна та стійка поведінка у веденні бізнесу;
- врахування екологічних аспектів у діяльності компанії;
- ефективне управління відносинами бізнесу із суспільством.

Іншими словами, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це концепція, яка передбачає відповідальність бізнесу перед суспільством та навколишнім середовищем. Вона полягає в тому, що компанії не лише зосереджуються на отриманні прибутку, але й беруть на себе зобов'язання діяти етично, сприяти соціальному добробуту та охороні довкілля.

Узгоджене є розуміння поняття «соціальна відповідальність» було сформульоване в 2010 році і закріплене в міжнародному стандарті ISO 26000:2010, який надає рекомендації щодо соціальної відповідальності. Відповідно до цього стандарту, соціальна відповідальність означає, що організації відповідають за свій вплив на суспільство та навколишнє середовище. Це виражається через прозору та етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, захисту здоров'я та добробуту суспільства; враховує інтереси зацікавлених сторін; відповідає вимогам законодавства і міжнародним нормам поведінки; і впроваджується у всі сфери діяльності організації та її взаємодію з іншими [1].

Так, у 2022 році лідерами рейтингу соціально відповідальних компаній світу стали: Rolex, Ferrari, Lego Group, Rolls-Royce, Mercedes-Benz, Harley-Davidson, The Bosch Group, PayPal, Netflix і Intel [2].

У 2008 році в Україні було створено експертну організацію – Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». Основні напрями її діяльності включають підтримку КСВ під час кризових ситуацій, розвиток освітніх програм, просування України на міжнародному рівні та впровадження соціальної відповідальності у роботу державних органів. Центр об'єднує 40 українських компаній і співпрацює з міжнародними експертами з 20 країн. У 2011 році Центр запровадив Індекс прозорості та підзвітності ESG, заснований на методології компанії Beyond Business, що оцінює рівень впровадження КСВ і інформування громадськості, включно з ключовими стейкхолдерами, про політики та практики компаній у цій сфері. [4]. Важлива

особливість цього Індексу полягає в тому, що оцінюється веб-сайт компанії, і результати можуть перевірити всі користувачі Інтернету.

Повномасштабна війна з Росією стала черговим серйозним викликом для бізнесу та населення. В умовах економічного спаду, порушення логістичних ланцюгів і загострення демографічної кризи українські компанії були змушені адаптувати свою діяльність, надавши новий зміст корпоративній соціальній відповідальності. Підтримка армії, допомога переселенцям, забезпечення продуктами харчування та ліками жителів прифронтових районів – це лише частина напрямків, у які соціально відповідальний бізнес в Україні вкладає свої зусилля та ресурси [3].

Щороку в Україні визначають десятку компаній, які активно впроваджують принципи корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), враховуючи сучасні виклики. До таких соціально відповідальних компаній відносяться:

- Корпорація АТБ: За 2023 рік компанія реалізувала понад 15 проєктів підтримки захисників і військових медиків. Серед них проєкти "Сертифікат для ЗСУ" (зібрано 70 млн грн) та інші ініціативи. Компанія також придбала понад 1000 дронів і одиниць автотехніки для ЗСУ.

- Lidea в Україні: Ця компанія реалізує як внутрішні, так і зовнішні програми КСВ, спрямовані на створення безпечних умов праці та реінтеграцію ветеранів.

- Фармацевтична компанія "ІнтерХім": Компанія десятиліттями впроваджує КСВ, піклуючись про понад 1000 співробітників, їхнє навчання та благополуччя. Також компанія активно бере участь у благодійних проєктах.

- "Київстар": Компанія, її працівники та клієнти з лютого 2022 року інвестували 1,6 млрд грн у допомогу країні. Один з найважливіших проєктів – "Нам тут жити", спрямований на підтримку інженерно-саперних груп ЗСУ.

- "Нова пошта": Компанія реалізовує проєкти, такі як "Гуманітарна пошта України" і "Школа бізнесу", а також постійно допомагає військовим і постраждалим громадянам.

- EVA: З початку повномасштабної війни компанія провела понад десяток благодійних проєктів, зібравши більше 61 млн грн на потреби ЗСУ та постраждалих від війни.

- Банк ПУМБ: Важливий банк України під час війни інвестував 185 млн грн на підтримку своїх співробітників,

включаючи допомогу при втраті житла або пораненнях.

- Фармацевтична компанія "Фармак": КСВ цієї компанії охоплює екологію, здоров'я, освіту та благодійність. Вони запустили пілотний проєкт з утилізації медикаментів у Києві.

- "Фокстрот": Стратегія компанії включає різні напрями КСВ, активно підтримуючи стандарти ООН з 2006 року.

- СЕМАРК: Входить до групи CRH, активно підтримує соціальні ініціативи та допомагає в медичних і освітніх закладах.

Дослідження "Компанії, дружні до родини – 2023", ініційоване CSR Ukraine і The Page, визначає підприємства, які підтримують своїх працівників і їхні родини в складні часи. Компанії оцінювалися за категоріями корпоративної культури, робочого місця, підтримки сімей та безпеки під час воєнних дій.

Критерії в кожній категорії були визначені на основі результатів роботи фокус-групи, до яких входили потенційні працівники з родинами та дітьми. Учасники визначили найбільш важливі для них політики та практики, які отримали найвищі оцінки при розробці методології.

Лідерами галузей виявились наступні компанії:

- Серед ІТ-компаній – ЕРАМ Україна.
- Серед енергетичних компаній – ДТЕК.
- Серед ритейлових компаній – ТОВ "РУШ".
- Серед консалтингових компаній – Nota group.
- Серед компаній поштово-логістичних послуг – група компаній NOVA (Нова пошта)

- Серед гірничо-металургійних компаній – Ferrtexpro.
- Серед фінансових компаній – Банк Кредит Дніпро.
- Серед фармацевтичних компаній – «Дарниця».
- Серед медичних компаній – ДІЛА.
- Серед агропромислових компаній – НІБУЛОН.
- Серед компаній з управління та обслуговування нерухомістю – The Cleaning Pro Group.

Проведений аналіз показав, що під час повномасштабного вторгнення в Україну корпоративна соціальна відповідальність набула нових рис, які вирізняють її серед інших ринків. У мирний час бізнес міг зосереджувати КСВ на окремих соціальних питаннях, але з початком війни пріоритет змістився на актуальність, швидку реакцію та ініціативність у вирішенні найважливіших проблем. Якщо раніше розробка соціальних проєктів тривала місяцями, то тепер рішення приймаються за лічені дні чи навіть години. Економіка України в першу чергу підтримує

військо та державу, надаючи значні кошти на військові потреби (транспорт, дрони, обладнання, медикаменти, продукти тощо). Крім сплати податків, корпорації також постачають необхідне військове обладнання та надають допомогу постраждалим від війни. Багато компаній інтегрували програми підтримки України в свої стратегії КСВ.

Список використаних джерел

1. ДСТУ ISO 26000:2019 Настанови щодо соціальної відповідальності (ISO 26000:2010, IDT). URL: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=87921 (дата звернення 21.10.2024)

2.Длугопольська Т., Сентик М. Успішні кейси міжнародних компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності. *Socio-Economic Relations in the Digital Society*. 2022. 4(46), 49-57.

3.Завадських Г.М., Лисак О.І., Тебенко В.М. Корпоративна соціальна відповідальність: формування та реалізація в Україні. *Збірник наукових праць ТДАТУ*, 2023. №2. с.130-139

4.Серікова О. М. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни в Україні: національний і глобальний виміри. *Бізнес Інформ*. 2022. №6. С. 94–100.

I. The Application of Digitization in the Economy as a Promising Direction in the Growth of Human Capital. *Economic Affairs*, Vol. 68, No. 01s, pp. 345-352, February 2023