

**ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ СТАТИСТИКИ, ОБЛІКУ ТА АУДИТУ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ЦЕНТР
ІНДУСТРІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ НАН УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМ. І. І. МЕЧНИКОВА
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМ. ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА
КИЇВСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЖЕШУВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ (ПОЛЬЩА)
МОЛДОВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦІЇ ТА ТОРГІВЛІ
(МОЛДОВА)
ХРИСТИЯНСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМ. ДИМИТРІЯ КАНТЕМІРА (РУМУНІЯ)**

**«БІЗНЕС-АНАЛІТИКА В УПРАВЛІННІ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ»**

**МАТЕРІАЛИ
ХІІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

КИЇВ – Інтерсервіс – 2026

Бєлікова Н. В., Ісмаїлов А. Індустріальні парки як інструмент державної підтримки інноваційного розвитку: проблематика та реалії України	364
Білоус А. П. Державне сприяння розвитку корпоративної культури в сучасних умовах України	368
Вакуленко В. М. Інфраструктурні проекти публічно-приватного партнерства як інструмент територіального відновлення та розвитку	371
Висоцкая І. В. Етапи та процес планування стратегій для публічних установ	373
Волощук А. В. Кластерне моделювання наукового простору України: пошук структурних закономірностей	375
Гаврисевич А. С. Взаємодія держави та бізнесу: національні особливості та європейські підходи	378
Горбач В. О. Аналітика клієнтських даних як стратегічний інструмент управління клієнтським досвідом і забезпечення довгострокової конкурентоспроможності бізнесу	380
Гуцалюк О. М., Бондар Ю. А. Інструменти корпоративного тайм-менеджменту в цифровізації управлінських процесів	383
Живцов В. О. Мотиваційні та компетентнісні детермінанти ефективності логістичного управління	386
Завадських Г. М. Світові тренди КСВ: глобальна трансформація та український досвід стійкості	390
Захожай В. Б. Бізнес-аналітика та цифрова статистика туристично-готельного комплексу України	393
Клименко В. В. Публічне управління системою соціального захисту населення в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення	396

екологізації економіки. *Ефективна економіка*. 2026. № 1. DOI: 10.32702/2307-2105.2026.1.39

Г. М. Завадських,
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і бізнесу;
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного, м. Запоріжжя*

СВІТОВІ ТРЕНДИ КСВ: ГЛОБАЛЬНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТА УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД СТІЙКОСТІ

Сьогодні корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) трансформувалася з благодійної ініціативи на фундаментальну складову бізнес-стратегії [2]. Світова практика підтверджує: бізнес, що дбає про екологію та суспільство, не лише завойовує міцну довіру аудиторії, а й демонструє кращі результати в інноваціях та стійкість до криз.

В українських реаліях – на тлі війни та економічних викликів – КСВ набула особливої ваги. Тепер це не просто звіти про донати, а реальний показник здатності компанії бути драйвером змін та опорою для суспільства у найважчі часи.

У 2026 році штучний інтелект (ШІ) перестав бути лише інструментом автоматизації. Згідно з глобальними звітами (наприклад, Microsoft & LinkedIn AI Business Report), ШІ став ключовим фактором соціальної відповідальності. Компанії тепер звітують не лише про фінансові успіхи, а й про те, як їхні алгоритми дотримуються прав людини, чи не дискримінують вони кандидатів при наймі та чи захищені дані клієнтів від кіберзагроз. Створення «Responsible AI» (відповідального ШІ). Це включає аудит алгоритмів на упередженість (bias audit) та розробку інтерфейсів, які є доступними для людей з когнітивними або фізичними порушеннями. КСВ-стратегія тепер обов'язково включає пункт про «цифрову гідність». Акціонерне товариство «Перший Український Міжнародний Банк» став піонером у поєднанні фінтех-інновацій та соціальної інклюзії. Банк розробив стратегію, де ШІ допомагає виявляти патерни поведінки клієнтів, які можуть свідчити про фінансове шахрайство проти вразливих верств населення. Крім того, мобільний застосунок ПУМБ адаптований для людей із вадами зору, а цифрові сервіси банку проходять тестування на зручність для ветеранів із протезованими кінцівками, що робить цифрову безбар'єрність частиною щоденного банкінгу.

Світова спільнота усвідомила, що просто «не шкодити» вже недостатньо. Концепція Nature Positive, закріплена на глобальних кліматичних самітах, вимагає від бізнесу ставати активним учасником відновлення екосистем. Це означає, що до 2030 року компанія має залишити природу в кращому стані, ніж вона була до початку діяльності. Фокус на «Score 3» – викидах по всьому

ланцюжку постачання. Це змушує великих ритейлерів допомагати своїм фермерам переходити на сонячну енергію та методи регенеративного землеробства (мінімальна оранка, відмова від пестицидів), що дозволяє ґрунту поглинати більше вуглецю. Публічне акціонерне товариство «МХП» реалізує одну з наймасштабніших стратегій енергонезалежності в агросекторі [1]. Їхні біогазові станції переробляють відходи птахівництва у чисту енергію та органічні добрива. Це дозволяє компанії не лише зменшувати викиди метану, а й повертати родючість українським землям. У 2025-2026 роках МХП активно масштабує цей досвід, пропонуючи технологічні рішення своїм партнерам-фермерам, створюючи цілу екосистему сталого агробізнесу.

У 2026 році поняття «HR» та «КСВ» остаточно злилися. Основним активом компанії є не будівлі, а ментально здорові та мотивовані працівники. Глобальний тренд «Skills-first» зміщує акцент з дипломів на реальні навички та здатність до навчання (reskilling). Корпорації впроваджують програми «радикальної гнучкості» та підтримки ментального здоров'я. Особлива увага приділяється інклюзивності робочих місць – не як благодійності, а як способу залучити таланти, які раніше були поза ринком праці (нейродивергентні люди, люди з інвалідністю) [3]. Акціонерне товариство «Українська залізниця» (Укрзалізниця). Для УЗ питання КСВ – це питання національної безпеки. Компанія створила системну програму реабілітації для понад 10 тисяч своїх співробітників-ветеранів. Це включає переобладнання депо під потреби людей на кріслах колісних, створення центрів психологічної підтримки «рівний-рівному» та розробку спеціальних освітніх програм для перекваліфікації.

З введенням Директиви ЄС CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), європейські компанії (та їхні українські партнери) зобов'язані подавати звіти, що підлягають зовнішньому аудиту. Компанії зобов'язані доводити зв'язок між соціальними інвестиціями та фінансовою стабільністю. Грінвошинг тепер карається величезними штрафами та втратою інвестиційного рейтингу. Група «ДТЕК» (DTEK) демонструє зразкову прозорість навіть у критичних умовах. Компанія щороку публікує ESG-звіт, де детально розписує прогрес у декарбонізації та інвестиції у відновлювану енергію. Їхня звітність відповідає стандартам GRI, що робить їх зрозумілим та надійним партнером для світових банків та екологічних фондів [4].

Сьогодні соціальна відповідальність виходить за межі офісу компанії. Трендом є «Hyper-local impact» – глибока інтеграція бізнесу в життя конкретної територіальної громади. Створення спільних цінностей (Shared Value). Бізнес не просто дає гроші на школу, він створює в цій школі лабораторію, яка готує майбутніх фахівців. Група компаній «Нова пошта» (NOVA). Проект «Гуманітарна пошта України» трансформувався у стратегічний напрям. Використовуючи свою логістичну потужність, Нова пошта фактично взяла на себе частину функцій держави, забезпечуючи безкоштовну доставку допомоги. Виживання нації та громад – це єдина умова, за якої бізнес зможе існувати в майбутньому.

Глобальний зсув від виробництва в Азії до «френдшорингу» (виробництва в дружніх країнах) став мейнстрімом. Компанії хочуть бути впевненими, що їхні постачальники не фінансують агресію. Перевірка етичності кожного гвинтика в продукті. Підтримка локального малого бізнесу розглядається як інструмент соціальної стабільності. Товариство з обмеженою відповідальністю «Сільпо-Фуд» (Fozzy Group). Через проєкт «Лавка Традицій», «Сільпо» підтримує малих фермерів, надаючи їм консалтинг з маркетингу та сертифікації. Це дозволяє малим господарствам масштабуватися, що під час війни стало критичним для виживання українського села. Аналіз світових трендів КСВ у період 2025-2026 років дозволяє зробити висновок, що корпоративна соціальна відповідальність еволюціонувала з етичного вибору в операційну необхідність. Інтеграція в бізнес-модель: сучасна КСВ більше не є відділом благодійності. Вона інтегрована в ризики, фінанси та технології. Використання ШІ, перехід на відновлювану енергію та розвиток інклюзивності стали показниками ефективності бізнесу (KPI), які безпосередньо впливають на вартість акцій та доступ до кредитування.

Україна демонструє світу унікальний кейс, де КСВ стає інструментом виживання нації. Якщо глобальні тренди фокусуються на «сталому розвитку», то українські компанії (Укрзалізниця, Нова пошта, МХП) запровадили концепцію «сталості стійкості» [3]. Вони доводять, що соціальна відповідальність під час війни – це не витрати, а інвестиція в життєздатність ринку та збереження людського капіталу.

Завдяки жорсткому регулюванню (CSRD) та цифровізації, бізнес стає «скляним». Грінвошинг помирає, поступаючись місцем радикальній прозорості. Компанії, що не здатні підтвердити свій позитивний вплив на суспільство реальними даними, будуть витіснені з глобальних ринків.

У 2026 році лідерами ринку стають не найбагатші, а найбільш адаптивні та етичні компанії. Для України впровадження світових стандартів КСВ є не лише вимогою євроінтеграції, а й фундаментом для післявоєнного відновлення, де бізнес виступає головним архітектором соціальних змін та гарантом відновлення людського потенціалу.

Список використаних джерел

1. Бойко О. Соціальна відповідальність бізнесу у період воєнного стану. 2022. URL: <https://eba.com.ua/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-u-period-voyennogo-stanu/>
2. 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 DOI: 10.31388/2519-884X-2023-48-129-139
3. Тренди, досвід, КСВ: що таке насправді сталий розвиток. І як його досягти у великій компанії. URL: <https://mind.ua/openmind/20217286-trendi-dosvid-ksv-shcho-take-naspravdi-stalijrozvitok>

4. Vocharova N., Fedotova, I. Дослідження КСВ як основи концепції сталого розвитку підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2020. (36), 57. DOI: 10.30977/ЕТК.2225-2304.2020.36.0.57

В. Б. Захожай,
доктор економічних наук, професор,
завідувач науково-дослідного центру;
Національна академія статистики, обліку та аудиту, м. Київ

БІЗНЕС-АНАЛІТИКА ТА ЦИФРОВА СТАТИСТИКА ТУРИСТИЧНО-ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Сучасний туристично-готельний комплекс (ТГК) України функціонує в умовах структурних трансформацій, зумовлених цифровізацією, глобальними змінами у сфері послуг, воєнними викликами та необхідністю адаптації до європейських стандартів управління. У таких обставинах традиційні статистичні методи вже не забезпечують належної оперативності, точності та гнучкості інформаційного супроводу прийняття рішень. Це зумовлює перехід до моделі, що інтегрує цифрову статистику, інтелектуальні методи обробки даних та бізнес-аналітику нового покоління.

Бізнес-аналітика виступає критичним інструментом у формуванні системи управління ТГК, оскільки забезпечує не лише описову характеристику туристичних процесів, а й прогнозування, моделювання та оцінювання сценаріїв розвитку. Вона дозволяє трансформувати статистичні дані у практичні управлінські висновки, що підвищує ефективність управління підприємствами, регіонами та галуззю в цілому. У цифровій економіці конкурентоспроможність ТГК залежить від здатності використовувати дані з різних джерел: офіційної статистики, адміністративних реєстрів, онлайн-платформ, мобільного трафіку, цифрових слідів споживачів та даних з інформаційних систем готельного бізнесу.

Фундаментальні методологічні принципи цифрової статистики у сфері туризму визначені міжнародними організаціями – ООН, UNWTO, Eurostat та OECD. Першочергове значення мають *International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008)*, які встановлюють понятійний апарат, класифікаційні підходи та агрегати туристичної статистики, забезпечуючи порівнянність статистичних даних на глобальному рівні. Документ містить стандартизовану структуру показників, що слугують базою для формування інтегрованих інформаційних систем у сфері туризму та гостинності [1].

Важливим доповненням є *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008 (TSA:RMF 2008)*, розроблений під егідою UNWTO, Eurostat, OECD та ООН. TSA формує можливість вимірювати економічний внесок туризму у систему національних рахунків, включаючи оцінку валової доданої вартості, зайнятості, інвестицій та споживчих витрат у