

Отже, система місцевого самоврядування продовжує працювати як ключовий елемент публічної влади навіть у найскладніших умовах. У перспективі необхідним стане перегляд нормативної бази та управлінських практик з урахуванням досвіду, набутого під час війни, з метою підвищення стійкості, чіткості розмежування повноважень і здатності держави та громад діяти узгоджено перед зовнішніми та внутрішніми викликами.

Список використаних джерел

1. Конституція України: Закон України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30. Ст. 141.
2. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21 травня 1997 р. № 280/97-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1997. № 24. Ст. 170.
3. Про правовий режим воєнного стану: Закон України від 12 травня 2015 р. № 389-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2015. № 28. Ст. 250.
4. Шевченко О. В. Місцеве самоврядування в умовах воєнного стану: виклики та трансформації. *Право України*. 2022. № 12. С. 45–56.
5. Батанов О. В. Конституційно-правовий статус територіальних громад в Україні : монографія. Київ : Юридична думка, 2018. 368 с.

УДК 378:316

НАУКОВА РЕПУТАЦІЯ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ РЕСУРС ДЛЯ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОЇ РЕПУТАЦІЇ ЗВО

Завадських Г. М.

кандидат економічних наук, доцент,

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного,
м. Запоріжжя, Україна.

<https://orcid.org/0000-0002-3240-3870>

Наукова репутация ЗВО виступає стратегічним ресурсом, що безпосередньо впливає на рівень його глобального визнання, конкурентоспроможності та інституційного розвитку. У сучасних умовах інтернаціоналізації вищої освіти та інтеграції в європейський і світовий науково-освітній простір, академічна репутация стає тим чинником, який визначає не лише позицію університету у міжнародних рейтингах, а й відкриває можливості для залучення фінансування, участі в спільних дослідницьких проєктах, академічної мобільності, реалізації освітніх програм подвійного дипломування та інтеграції в глобальні освітні мережі. Наукова активність, виражена у вигляді публікацій у рецензованих міжнародних виданнях, участі у грантових конкурсах, міжнародному партнерстві та цитованості дослідників, формує імідж університету як осередку генерації знань і новаторства [1].

Особливо актуальним це є для Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного, який у межах власної стратегії інтернаціоналізації активно вибудовує політику відкритості до міжнародної академічної спільноти та прагне інтеграції у глобальні наукові процеси. Важливою віхою на цьому шляху стала перша участь ТДАТУ у міжнародному рейтингу Times Higher Education Impact Rankings, який оцінює університети за рівнем досягнення Цілей сталого розвитку. Цей крок має стратегічне значення як інструмент публічної демонстрації зобов'язань університету перед суспільством, його екологічної відповідальності та соціального партнерства [2]. Участь у рейтингу засвідчує прагнення університету не лише відповідати світовим стандартам, а й формувати власну репутацию через прозорість, сталість і етичні принципи управління.

Підготовка звіту для Impact Rankings базувалася на аналізі даних з офіційного сайту ТДАТУ, а також зовнішніх джерел, соціальних мереж і цифрових платформ. Такий підхід

забезпечив відкритість процесу та відповідність принципам академічної доброчесності. Попри виклики, пов'язані з переміщенням університету, дотримано стандартів безпеки й конфіденційності, що вказує на здатність закладу зберігати репутаційну стійкість у складних умовах. Аналіз діяльності університету у сфері сталого розвитку здійснювався на основі показників 2022–2023 навчального та 2023 фінансового років, що дозволило об'єктивно визначити ключові досягнення і сфери, які потребують подальшого вдосконалення. Ці результати стали базою для формування нових стратегічних орієнтирів, спрямованих на стійкий розвиток у контексті глобальних освітньо-наукових трансформацій [4].

Формування сильної наукової репутації також тісно пов'язане із забезпеченням високої якості освіти, адже викладачі-дослідники здатні інтегрувати у навчальний процес сучасні наукові досягнення, аналітичні підходи та критичне мислення. Таким чином, студент отримує доступ до актуального, науково обґрунтованого знання, що посилює його конкурентоспроможність на ринку праці. Крім того, зростання академічної репутації відкриває доступ до міжнародних рейтингів (QS, Times Higher Education, Scimago, Webometrics), у яких показники наукової продуктивності, цитованості, міжнародного співробітництва та впливу досліджень виступають ключовими індикаторами.

Хоча ТДАТУ наразі не займає стабільного місця у провідних рейтингах QS або THE World University Rankings, сам факт участі в Impact Rankings демонструє стратегічний намір університету поступово інтегруватися до глобального рейтингового середовища. У національному освітньому рейтингу «ТОП-200 Україна» за 2025 рік ТДАТУ посідає 65-те місце, що свідчить про стабільну науково-освітню позицію серед українських закладів. Окрім цього, університет продовжує розвивати напрями публікаційної мобільності, зокрема через участь у тематичних наукових платформах, проектах академічного обміну, конференціях у країнах ЄС та залучення молодих учених до міжнародних грантових програм. Такі кроки є свідченням поступового переходу до культури академічної відкритості, орієнтованої на довготривалі результати.

Варто зауважити, що наукова репутація формується не одномоментно, а є результатом цілеспрямованої довгострокової стратегії. Для її підтримки необхідна комплексна політика - інституційна підтримка дослідників, розвиток інфраструктури, стимулювання міжнародної співпраці, удосконалення системи внутрішньої наукової комунікації та підвищення академічної доброчесності [3]. При цьому важливо уникати спокуси до «експрес-показників» - формального зростання кількості публікацій без належної наукової якості. Лише поєднання кількісних і якісних параметрів дозволяє сформувати стабільну й авторитетну наукову репутацію, що стане реальним стратегічним капіталом університету на міжнародній арені. У цьому контексті особливу роль відіграють також механізми внутрішнього моніторингу якості наукової продукції, прозорість процесів рецензування та активне залучення університетської спільноти до обговорення результатів наукової діяльності.

Таким чином, для ТДАТУ ім. Дмитра Моторного наукова репутація не лише визначає його місце в освітньо-науковому середовищі, а й виступає основою інтернаціоналізації, формування освітньо-дослідницьких кластерів, залучення ресурсів та розширення глобального впливу. В умовах глобалізації знань саме репутаційний капітал, зумовлений якістю і впливовістю наукової діяльності, стає вирішальним фактором сталого розвитку сучасного університету, який прагне бути не лише свідком змін, а й їхнім активним ініціатором.

Список використаних джерел

1. Братусь Я., Сидоров М. Про важливість дослідження репутації закладів вищої освіти. *Соціологічні студії*. 2021. Вип. 1(18). С. 24–32. <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2021-01-24-32>
2. Ковальчук Н. В., Гаврилюк Р. Р. Репутаційний менеджмент закладу вищої освіти: сутність та чинники впливу. *Актуальні проблеми економіки*. 2024. № 2(272). С. 145-153.
3. Про схвалення Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на 2022-2032 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України; Стратегія, План від 23.02.2022 № 286-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/286-2022-%D1%80> (дата звернення 23.11.2025).

4. Стратегія розвитку Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення України на період 2023-2030 рр. Мелітополь - Запоріжжя. 2023. <http://www.tsatu.edu.ua/wp-content/uploads/strategija-rozvytku-tdatu-na-2023-2030-roky.pdf> (дата звернення 23.11.2025).

УДК 658:330.3

СТАЛИЙ РОЗВИТОК І НОВА РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ У ЧАС ВІЙНИ

Завадських Г. М.

кандидат економічних наук, доцент,

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, м.
Запоріжжя, Україна.

<https://orcid.org/0000-0002-3240-3870>

Корпоративна соціальна відповідальність в Україні в умовах війни стала не просто елементом іміджу чи додатковою діяльністю бізнесу, а ключовим чинником стабільності суспільства. Воєнна реальність поставила компанії перед низкою нових викликів, які потребують значно ширших підходів до соціальної відповідальності. Передусім мова йде про необхідність забезпечення безпеки працівників, підтримки постраждалих громад, компенсації руйнувань і забезпечення критичної інфраструктури. Багато підприємств змушені працювати під обстрілами або регулярно зупиняти діяльність через проблеми з логістикою, електропостачанням, мобілізацією кадрів та релокацією виробництва. У таких умовах зростає не лише соціальне навантаження, а й відповідальність компаній перед працівниками та суспільством.

Одна з ключових проблем соціальної відповідальності - це збереження робочих місць. Через воєнні дії підприємства втрачають ринки збуту, частину обладнання, іноді цілі заводи чи склади. При цьому багато компаній залишаються соціально свідомими і намагаються утримати персонал, навіть якщо виробництво тимчасово призупинене. Це вимагає від бізнесу суттєвих фінансових резервів та стратегічного планування. Наприклад, такі компанії як Нова Пошта та Укрпошта активно відкривають нові робочі місця навіть у складних регіонах, підтримуючи економічну активність громад та забезпечуючи людей роботою й стабільним доходом [2].

Ще одна масштабна проблема - це гуманітарна відповідальність бізнесу. У багатьох містах саме компанії забезпечують людей продуктами першої необхідності, медикаментами, засобами гігієни, транспортом для евакуації. Мережа Сільпо, Fozzy Group, АТБ та інші ритейлери регулярно формують гуманітарні набори, співпрацюють із волонтерами та благодійними фондами. Часто бізнес бере участь у відновленні шкіл, лікарень, укриттів, що стали критично важливими об'єктами для життя людей. Однак така діяльність потребує значних ресурсів, а через економічну кризу компаніям дедалі важче підтримувати стабільний обсяг гуманітарної допомоги. Це створює дилему: як одночасно підтримувати суспільство та забезпечувати фінансову життєздатність бізнесу.

Соціальна відповідальність українських компаній тісно пов'язана з питаннями соціальної підтримки працівників. Окрім фінансової допомоги, актуальною є психологічна підтримка, забезпечення гнучких графіків, можливість дистанційної роботи, створення умов для працевлаштування мобілізованих або внутрішньо переміщених осіб [1]. Компанії намагаються забезпечити безкоштовні курси підвищення кваліфікації, перепідготовки, а також підтримку ветеранів, які повертаються до мирного життя. Це стає новим вектором КСВ, адже адаптація військових - довготривалий процес, що вимагатиме уваги бізнесу ще багато років.