

Погоджуємось з думкою Л. О. Дорогань-Писаренко, що ефективність є складним, багатовимірним поняттям, тому різні вчені виділяють та розуміють різні відмінні риси цієї категорії економіки:

- певний конкретний результат (ефективність чогось);
- функціональність систем;
- відповідність результату або процесу максимально можливому, ідеальному або запланованому;
- числова характеристика задовільної функції;
- відношення фактичного ефекту до необхідного (нормативного) ефекту [1, с.28].

У відповідності до вищезазначеного, під управлінням ефективністю слід розуміти комплекс заходів, які дозволяють своєчасно виявити і виправити відхилення організації від поставлених цілей.

Ефективність сільськогосподарського виробництва значною мірою залежить від річних природних, особливо кліматичних умов країни, регіону. Фактори цієї групи визначають виробничі характеристики земельних ресурсів, співвідношення попиту та пропозиції, процес ціноутворення на сільськогосподарську продукцію. Варіації в цих умовах можуть бути значними як у часі, так і в просторі. А це проявляється у вираженій аритмічності сільськогосподарського виробництва і, як наслідок, у ризикованості відповідної підприємницької діяльності.

Сутність проблеми підвищення економічної ефективності виробництва полягає в досягненні значного збільшення обсягу продукції на кожен одиницю трудових, матеріальних і фінансових ресурсів. У кінцевому підсумку це означає зростання продуктивності суспільної праці, яка є критерієм підвищення ефективності виробництва. Ефективність служить показником розвитку. Вона є його найбільшою мотивацією.

Таким чином, під управлінням ефективністю діяльності підприємства слід розуміти такий вплив на об'єкт управління, який забезпечує ефективність функціонування та розвиток організації як цілісної системи в мінливому зовнішньому середовищі.

#### **Список використаних джерел**

1. Дорогань-Писаренко, Л. О. Особливості аналізу ефективності впровадження технологічних інновацій в сільському господарстві. *Наука та інновації*. 2020. № 3. С. 27–38.
2. Масюк, Ю. В. Фінансова стратегія підвищення ефективності сільськогосподарського підприємства в ринкових умовах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 20. С. 48–51.

УДК 330

Калашник Є., Карпенко В., студентки; Чайкіна А.О., к.е.н., доцент  
*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*  
(м. Полтава, Україна)

#### **РЕАЛІЗАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ**

На сьогоднішній день діяльність будь-якої компанії не обмежується лише досягненням бізнес-показників. Бізнес має вплив на економіку, суспільство та навколишнє середовище, і саме це формує корпоративну соціальну відповідальність компанії (КСВ). Підприємства дбають не лише про свій безпосередній прибуток, а й піклуються про своїх працівників, співвітчизників, екологію та загальні проблеми

країни. Для успішного функціонування бізнесу надзвичайно важливо зменшувати негативний вплив і примножувати позитивний. Досягнення цієї мети можливе за умови дотримання принципів сталого розвитку, а саме забезпечення балансу між задоволенням сучасних потреб та захистом інтересів майбутніх поколінь [1].

Загалом корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) можна охарактеризувати як концепцію управління, в рамках якої компанія інтегрує соціальні та екологічні проблеми в свої бізнес-операції і взаємодіє зі стейкхолдерами. Сьогодні у сучасному соціально свідомому середовищі співробітники та споживачі надають велику увагу перевагу роботі і витрачають гроші на підприємства, у яких пріоритетом є корпоративна соціальна відповідальність [2].

В основі сучасної концепції корпоративної соціальної відповідальності лежить «концепція потрійного критерію» («Triple Bottom Line» або «3Ps»), яка розглядає три сфери: «People» – соціальний результат, «Planet» – екологічний результат, «Profit» – економічний результат.

За проведеними дослідженнями з'ясовано, що впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві має ряд переваг:

заходи з корпоративної соціальної відповідальності покращують фінансові результати компанії;

ініціативи соціальної відповідальності позитивно впливають на рейтинг міжнародних компаній і підвищують їх інвестиційну привабливість;

високий рівень корпоративної соціальної відповідальності є показником стабільності та надійності компанії для її акціонерів, для споживачів є позитивним фактором, який впливає на сприйняття бізнесу компанії, її бренду та продуктів.

З початку повномасштабного вторгнення росії в Україну, всі українські та більшість міжнародних компаній сформулювали чітку позицію щодо цієї війни, щоб підтримати український народ і допомогти Збройним Силам України заради досягнення миру на українських землях якомога скоріше. З перших днів український бізнес показав свою найкращу сторону – об'єднався та сконцентрувався на допомозі державі та людям. Важливість принципів сталого розвитку було підтверджено активним впровадженням принаймні трьох принципів, а саме «No poverty», «Zero hunger», «Good health and wellbeing» [3].

Для більшості підприємств, установ та організацій основною цінністю стали люди, і фокус діяльності в першу чергу зосередився на їх здоров'ї та житті, а також тих, хто щодня стоїть на охороні безпеки нашої країни – воїнів ЗСУ та тероборони.

У стані воєнного часу соціальна відповідальність зробила акцент на благодійності та волонтерстві. Ці слова зараз є певним трендом, оскільки вони стали незамінним атрибутом діяльності всіх підприємств, організацій, установ, фізичних осіб і забезпечили нормальне функціонування нашої країни в ході війни. При цьому відмінність між поняттями «соціальна відповідальність бізнесу» та «благодійництво» є принциповим, адже суспільство в цілому і бізнес поступово починають усвідомлювати свою відповідальність перед навколишнім середовищем. Розуміння безперспективності благодійності як разової дії, яка не вирішує глобальні проблеми, змушує компаніям виходити за межі власних бізнес-інтересів. Постійний двосторонній діалог між корпораціями і суспільством, їхня довгострокова взаємодія і тривала підтримка, мають значимість, приносячи більш масштабні результати, ніж одноразові акції.

Сьогодні корпоративна соціальна відповідальність в Україні головним чином спрямована на [4]:

допомогу тимчасово переміщеним особам (розміщення, предмети гігієни, одяг, речі);

допомогу Збройним Силам України та територіальній обороні;

соціальні кухні (організація харчування на безоплатній основі, роздача продуктів харчування).

Також важливим є те, що велика кількість брендів і компаній покинули російський ринок і водночас почали допомагати Україні.

За проведеним аналізом опитувань важливим для споживачів наразі є те, щоб компанія під час військових дій в Україні в першу чергу підтримувала Збройні Сили України та захисників (39%), а далі – своїх співробітників (18%). Також важливо, щоб компанія відновлювала та продовжувала свою роботу (якщо дозволяє ситуація) (14%) і підтримувала загальне населення (12%) [5].

Отже, слід відзначити, що сьогодні у зв'язку з військовим станом через повномасштабну військову агресію росії проти України, українські підприємства, організації, установи запровадили нові підходи до соціальної відповідальності бізнесу, які відображаються в щоденній волонтерській роботі, відкритих соціальних кухнях, постійній підтримці постраждалих і відповідям на щоденні потреби міста, громади, країни.

### Список використаних джерел

1. Лутковська С. М. Стійкій і сталій розвиток системи екологічної безпеки в умовах глобалізації. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2020. № 2. С. 5-11.
2. Лебедев І. В. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті впровадження концепції гідної праці: Наукова монографія. Одеса: Типографія «Атлант» ВОІ СОІУ, 2014. 376 с.
3. Boubaker S., Cumming D., Nguyen D. Research Handbook of Investing in the Triple Bottom Line. Finance, Society and the Environment. SSRN Electronic Journal. January 2017. URL: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3087488](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3087488)
4. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект. *Матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р.* Чернівці: Технодрук, 2022. с.22–32.
5. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни. URL: <https://sostav.ua/publication/sots-alna-v-dpov-daln-st-b-znesu-v-umovakh-v-jni-91542.html>.

УДК 338.242

Кожемякіна Т.В., к.е.н, доцент; Кожемякін М.О., магістр  
*Національний медичний університет імені О.О. Богомольця*  
(м. Київ, Україна)

### УКРАЇНА: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ

Трансформаційні процеси у світі надзвичайно прискорюються в останні роки, що прийнято пов'язувати із збільшенням швидкості створення інформації. У зв'язку із цим, виникає необхідність у визначенні нової системи координат та показників для вимірювання та оцінки стану економічного та суспільного розвитку країн та визначення його подальших перспективних напрямків.

Україна опинилася зараз у ситуації, коли має визначити стратегічні пріоритети трансформації, адже попередній досвід доводить, що за тридцять років незалежності успіх не був досягнений. Про це свідчить втрата позицій на світовій арені та низький рівень життя.

Виходячи із того, що провідні країни світу почали оцінювати успішність свого існування через розширену систему показників, яка вже не обмежується лише