

### **Використані джерела:**

1. Агроконтроль. URL: <http://agrocontrol.net/>
2. Михальчук Д. (2021). Excel гальмує розвиток зернотрейдингового бізнесу в Україні. Інформаційне агентство «AgroNews.ua». URL:<https://agronews.ua/news/excel-galmuye-rozvytok-zernotrejdyngovogo-biznesu-v-ukrayini-dmytro-myhalchuk/>
3. Нісходовська, О.Ю. (2020). Діджиталізація: основа конкурентоспроможності підприємств.
4. Устенко, М.О., & Руських, А.О. (2019). Діджиталізація: основа конкурентоспроможності підприємства в реаліях цифрової економіки. Вісник економіки транспорту і промисловості, (68).
5. AgriChain. URL:<https://agrichain.com.ua/it-rish/>
6. Agro BI. URL: <http://www.agrobi.info/>
7. AgroOnline. URL: <https://agro-online.com/uk/>
8. Pytag. URL:<https://usf.com.ua/projects/pytag/>
9. SmartFarming. URL:<https://www.smartfarming.ua/pro-smartfarming/>
10. VkursiZemli. URL:<https://www.zemli.vkursi.pro/>
11. Zernotorg.ua. URL: <https://zernotorg.ua/>

Москалюк Уляна,  
Західноукраїнський національний університет  
(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри  
економіки та економічної теорії ЗУНУ Шиманська О.П.)

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ ТА ВІЙНИ В УКРАЇНІ**

Соціальна відповідальності бізнесу, як відомо, передбачає, що компанії у своїй діяльності керуються не лише досягненням власного фінансового інтересу, а й вирішенням суспільних проблем [1]. Тобто максимізація прибутку не є єдиною метою бізнесу, оскільки компанії вдаються до прийняття рішень, які корелюють з досягненням суспільних цілей та цінностей. Загалом КСВ і соціальна відповідальність бізнесу до певної міри позначають тотожну концепцію. Однак, КСВ швидше репрезентує механізм / модель управління бізнесом задля досягнення бажаних результатів, тоді як соціальна відповідальність бізнесу характеризує узагальнене сприйняття цього процесу. КСВ, фактично, відображає концепцію управління, спрямовану на взаємодію зі стейкхолдерами та поєднання у бізнес-діяльності соціальних та екологічних проблем. На даний час пріоритетними з боку працівників та

клієнтів вважаються соціально відповідальні компанії, які прагнуть досягнення балансу між економічними, екологічними, етичними і соціальними проблемами.

В контексті українських реалій варто зазначити, що у довоєнний період 2020-2021 рр. більшість компаній (з аналізованих 44 суб'єктів), за даними Платформи змістовних партнерств бізнесу з громадським сектором «ProVonoClubUkraine», зосереджувалась на впровадженні КСВ-ініціатив, які спрямовані, насамперед, на реалізацію освітніх проектів, поліпшення умов праці та розвиток персоналу, а також організацію благодійних зборів коштів (рис. 1).

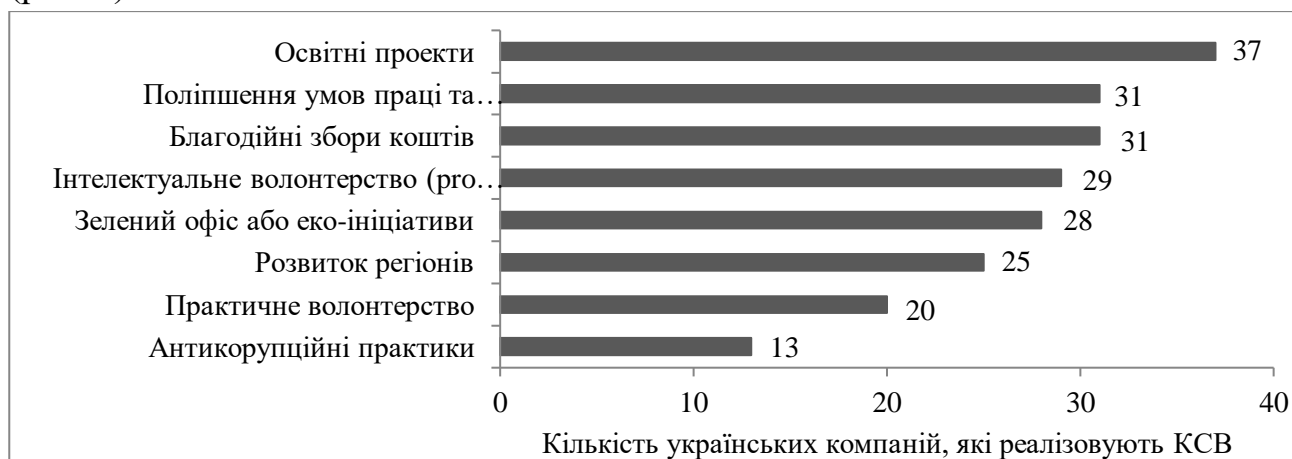


Рис. 1. КСВ-ініціативи українських компаній у 2020-2021 роках (побудовано автором за [2, с. 10])

Окрім цього, необхідно констатувати, що пандемія COVID-19, спричинила зміну стратегіях КСВ з боку українських компаній в напрямку запровадження ними КСВ-ініціатив шляхом об'єднання бізнесу з державними та громадськими організаціями, які були покликані мінімізувати ризики, пов'язані з поширенням коронавірусу. Зокрема, НАЕК «Енергоатом» задіяв свій автопарк для перевезення працівників [3]. Компанія «Нова Пошта» перевела працівників офісу у дистанційний режим роботи і, водночас, забезпечила працівникам відділень безпечні умови праці (запровадила масковий режим, правила дотримання відстані учергах, надала необхідні дезінфекційні засоби захисту, забезпечила послугу безконтактної кур'єрської доставки та отримання посилок у поштоматах) [4].

Повномасштабна війна, яка розпочалась під час спаду чергової хвилі COVID-19, призвела до активізації реалізації програм КСВ з боку українського бізнесу та й, загалом, усіх громадян. Наразі відбувається активна комунікація на предмет реалізації КСВ-ініціатив, приділяється особлива увага потребам, насамперед, зовнішніх стейкхолдерів (через забезпечення гуманітарною допомогою громад, найбільш постраждалих від російської агресії, безкоштовне

надання продуктів харчування, питної води, медикаментів, суттєве зниження цін на товари та послуги тощо), забезпечення безпеки внутрішніх стейкхолдерів шляхом надання їм матеріальної підтримки, працевлаштування у структурних підрозділах, філіях, розміщених на територіях, які меншою мірою постраждали від російського вторгнення, імплементація благодійних та волонтерських ініціатив (найбільш поширені – допомога медичним установам, а також надання коштів та обладнання на потреби ЗСУ та Територіальної оборони).

У дотриманні корпоративної соціальної відповідальності в аспекті покращення імплементації КСВ-ініціатив вітчизняним компаніям, на наш погляд, необхідно, насамперед, дотримуватись балансу щодо реалізації програм як для зовнішніх, так і внутрішніх зацікавлених сторін; визначати найпріоритетніші напрямки реалізації КСВ-ініціатив; адаптовувати стратегії КСВ до нагальних потреб суспільства; вдаватись до кооперативних дій задля втілення якісних та більш масштабних проєктів; на регулярній основі забезпечувати комунікації зі стейкхолдерами стосовно реалізації КСВ-стратегій; залучати топ-менеджмент до активних комунікацій та адаптовувати для цього відповідний контент, проактивно відстоювати офіційну позицію щодо припинення відносин з росією. Окремо варто констатувати, що у випадку належно організованих каналів комунікації (зокрема, з використанням соцмереж) щодо КСВ, остання позитивно впливатиме на поведінку споживачів, які демонструватимуть більшу лояльність до компанії і активізуватимуть свої споживчі інтенції. За даними дослідження IBM, проведеного у 2017 році, окремі компанії, які активно просувають свої ініціативи з КСВ у соціальних мережах, користуються більшою довірою у споживачів.

У контексті досліджуваної проблеми варто зазначити, що на шляху впровадження КСВ-ініціатив з боку українських компаній виникає низка вагомих перешкод, з-поміж яких, насамперед, усталеність думки щодо затратності такого роду діяльності; відсутність регуляторної законодавчої бази, яка б визначала «формат» КСВ; недостатність досвіду та навичок впровадження та управління КСВ-проєктами; відсутність усвідомлення переваг, які може забезпечити дотримання КСВ; складність реалізації стратегій КСВ внаслідок відсутності узгоджених дій бізнесу тамісцевих громад; тривалий часовий лаг між запровадженням КСВ-ініціатив і їх результативністю (в середньому, реальні результати КСВ компанії отримують не менше ніж через 5 років) [5, с. 13].

Таким чином, усе вищезазначене підтверджує що український бізнес активно реалізовував програми КСВ під час пандемії COVID-19 і продовжує цей процес під час повномасштабної російсько-української війни. Як бачимо, корпоративна соціальна відповідальність здатна забезпечити ефективну модель

взаємодії суспільства та одночасного розвитку бізнесу, відображаючи досягнення бажаного балансу між прямим заробітком і розв'язанням соціальних проблем.

#### **Використані джерела:**

1. Паладієва Я. Соціальна відповідальність бізнесу та чому це важливо <https://mainbusinesspartner.ua/sotsialna-vidpovidalnist-bisnesu> (дата звернення 04.10.2022 р.).

2. Каталог КСВ-ініціатив Платформи змістовних партнерств бізнесу з громадським сектором «ProBonoClubUkraine» за 2020-2021 роки. URL: <https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2021/11/catalog-iniciativ.pdf> (дата звернення 04.10.2022 р.).

3. Весь автомобільний парк задіяно для розосередження кількості працівників. URL: <https://www.facebook.com/energoatom.ua> (дата звернення 05.10.2022 р.).

4. Кейс компанії Нова Пошта. URL: <https://csrukraine.org/keys-kompanii-nova-poshta/> (дата звернення 05.10.2022 р.).

5. Сардак С. Активізація заходів корпоративної соціальної відповідальності в українському бізнес-середовищі: мотиви, проблеми та напрями // Економіка та управління національним господарством. 2017. №11. С. 11-16.

Паньків Михайло  
Західноукраїнський національний університет  
(науковий керівник: д.е.н., професор,  
завідувач кафедри економіки та економічної теорії ЗУНУ  
Козюк В.В.)

### **ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЙНЯТОСТІ В ІТ СЕКТОРІ**

Усі експортні галузі після повномасштабного вторгнення Росії в Україну зазнають втрат і змушені функціонувати у несприятливих умовах. ІТ-галузь в даний час теж зазнала певних змін.

Українська ІТ-галузь за роки існування змогла завоювати увагу і зацікавленість з боку роботодавців далеко за межами України. Формула успіху тут доволі проста – гарна підготовка спеціалістів, їхня сумлінність і працьовитість та незавищені зарплатні очікування порівняно з програмістами зі США, Великої Британії та Західної Європи.

Україна, без сумніву, надзвичайно успішна у швидкому, якісному і результативному розвитку ІТ-галузі. Вітчизняні програмісти не просто