



ВСЕУКРАЇНСЬКА ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ
НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР «УКООПОСВІТА»

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

учасників Дев'ятнадцятої
науково-практичної конференції студентів
закладів вищої та фахової передвищої освіти
Укркоопспілки

**«Інноваційні процеси
і їх вплив на ефективність
діяльності підприємства»**

Частина 1

Укоопосвіта
2023



Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства

Науково-практична конференція
2023 року

Збірник тез доповідей учасників Дев'ятнадцятої науково-практичної конференції студентів закладів вищої та фахової передвищої освіти Укркоопспілки ***«Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства»***. Частина 1. – К. : НМЦ «Укоопосвіта», 2023. – 141 с.

Редакційна колегія:

ВОЙНАШ Лідія, к.е.н
ВІНІЧЕНКО Катерина
ДЕЛІЯ Оксана, к.і.н., доц.
ДОБРИДНИК Степан
ЗУБКО Наталія
КАБАЦІ Богдан, к.е.н., доц.
КОЛОТІЙ Світлана, к.е.н.
КОШКАРОВ Степан, к.е.н., доц.
КУЦИК Петро, д.е.н., проф.
ЛІМАКОВА Людмила
МАНЖУРА Олександр, д.е.н., проф.
МИХАЙЛОВ Олександр, к.п.н., доц.
МУЛЯРЧУК Василь, к.е.н., доц.
НЕСТУЛЯ Олексій, д.і.н., проф.
ПІХОТІНА Любов
СЕМАК Богдан, д.е.н., проф.
СИЛАНТЬЄВА Олена
ТЕЛЯЧИЙ Юрій, д.і.н., проф.

7. Управління розвитком підприємств (за видами економічної діяльності) в умовах глобалізації : монографія / ред.: І. І. Савенко, І. О. Седікова. – Одеса : Букаєв В.В., 2014. – 217 с.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ: ДОСВІД ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Туменко Юлія

Стрілець Вікторія – наукова керівниця,
Полтавський університет економіки та торгівлі

Анотація. У роботі досліджено зарубіжні концепції корпоративної соціальної відповідальності та їх вплив на управління прибутком. Визначено важливість прийняття найбільш результативних концепцій корпоративної соціальної відповідальності для підприємств споживчої кооперації України.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, прибуток, управління, Європа.

Постановка проблеми. В останні роки концепція корпоративної соціальної відповідальності набуває все більшого значення на європейському ринку. Впровадження принципів такої концепції сприяє стимулюванню інновацій, економічному зростанню та виживанню без негативного впливу на навколишнє середовище. Тому дослідження корпоративної соціальної відповідальності як активного чинника підвищення конкурентоспроможності підприємств є практично значимим та актуальним для споживчої кооперації.

Аналіз основних досліджень. Формування корпоративної соціальної відповідальності є центром наукових досліджень багатьох українських та вітчизняних дослідників. Так, Колянко О. В. розглядає сутність соціальної відповідальності як засадничої стратегії корпоративного управління споживчої кооперації [6]; Радіонов О. В. досліджує формування соціальної відповідальності підприємства [8]. Педченко Н. С., Стрілець В. Ю. визначають необхідність державної підтримки підприємств у створенні концепції корпоративної соціальної відповідальності [7]. Зарубіжні науковці Квер Б. П., Нуїріга Г. та Бейкер К. Р. проводять дослідження взаємозв'язку між рейтингами корпоративної соціальної відповідальності та фінансовими показниками компанії в європейському контексті [3]. Однак наразі недостатніми є дослідження реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах споживчої кооперації.

Мета. Проаналізувати сутність та існуючі практики застосування корпоративної соціальної відповідальності для підвищення конкурентоспроможності та управління прибутком компаній та визначити можливості адаптації цих практик у діяльність підприємств споживчої кооперації.

Виклад основного матеріалу. В останні роки концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) набуває все більшого значення на європейському ринку. Корпоративна соціальна відповідальність є зростаючою тенденцією в діловому світі протягом багатьох років, з особливим акцентом у Європі. КСВ означає етичну та відповідальну поведінку компаній щодо своїх зацікавлених сторін, включаючи працівників, клієнтів, постачальників, громади та навколишнього середовища.

Вплив КСВ на управління прибутком був предметом дискусій зарубіжних і українських вчених: одні стверджують, що це може призвести до збільшення витрат і зниження прибутковості, тоді як інші стверджують, що це може принести значні переваги компаніям у довгостроковій перспективі. У своєму дослідженні науковці Квер Б. П., Нуїріга Г. та Бейкер К. Р. провели аналіз ролі корпоративної соціальної відповідальності в управлінні прибутком у Європі та визначили збільшення вагомості цього фактору при побудові корпоративної стратегії [3]. Автори стверджують, що це є результатом того, що споживачі стають більш обізнаними про етичні та екологічні наслідки, пов'язані з виробництвом і споживанням товарів і послуг. Крім того, дослідження показало, що компанії, які можуть продемонструвати свою відданість КСВ, мають кращі фінансові результати. Ймовірно, це пов'язано з кращим сприйняттям компанії громадськістю, що може призвести до підвищення споживчої довіри, лояльності та продажів. Компанії, які можуть успішно інтегрувати КСВ у свою діяльність, краще розуміють вимоги своїх клієнтів і можуть краще реагувати на них.

В останні роки практика впровадження КСВ у бізнесі продовжує зростати в Європі. Згідно з опитуванням, проведеним Європейською комісією 92% компаній у Європейському Союзі вважають КСВ важливою, а 76% повідомили про впровадження принаймні однієї ініціативи з КСВ [5]. Те ж опитування показало, що компанії, які надають пріоритет КСВ, мають тенденцію до кращих фінансових результатів, з вищим зростанням доходу та вищим рівнем задоволеності клієнтів порівняно з аналогами.

Одним із прикладів успішної КСВ ініціативи в Європі є використання відновлюваної енергії. Європейський Союз поставив за мету отримувати 32% своєї енергії з відновлюваних джерел до 2030 року, і багато компаній відповіли на це інвестуванням у технології відновлюваної енергетики.

Одним із прикладів впливу КСВ на управління прибутком у Європі є датський виробник вітрових турбін компанія «Vestas». У 2020 році компанія «Vestas» повідомила про зростання доходів на 7% і норму прибутку на 9%, що частково пояснюється їхніми інвестиціями у відновлювані джерела енергії [4]. Компанія «Vestas» пояснює цей успіх своєю твердою прихильністю до сталого розвитку та соціальної відповідальності, що дозволило їй виділитися серед конкурентів і залучити клієнтів, які віддають перевагу екологічно та соціально відповідальним методам ведення бізнесу.

Багато європейських компаній усвідомили важливість дотримання високих етичних і екологічних стандартів своїми постачальниками та впровадили

ініціативи з моніторингу та вдосконалення своїх ланцюгів постачання. Наприклад, у 2020 році шведський роздрібний продавець одягу H&M повідомив про збільшення прибутку на 10%, частково завдяки його зусиллям розробки більш стійкого ланцюгу поставок із покращеним «екологічним слідом» [2].

Однак ініціативи КСВ також можуть мати негативний вплив на управління прибутком. Наприклад, компанії можуть зіткнутися з додатковими витратами, пов'язаними з впровадженням програм КСВ, такими як інвестиції в нові технології або наймання додаткового персоналу для управління ними. Крім того, компанії, які віддають перевагу КСВ, можуть зіткнутися з посиленням конкуренції з боку недорогих постачальників, які не дотримуються тих самих етичних та екологічних стандартів.

Дослідження впливу корпоративної соціальної відповідальності на управління прибутком також важливе для України, оскільки компанії в країні стикаються з такими ж викликами та можливостями, як і в Європі. Понад 2/3 українських підприємств вважають, що заходи із соціальної відповідальності впливають на можливість підприємства знайти та втратити кращих працівників (77%), формування позитивного іміджу і покращення репутації (76%), створення переваг перед конкурентами (64%) [6].

Погоджуємося із твердженням Родіонова О. В., що соціальна корпоративна відповідальність підприємств і організацій споживчої кооперації України повинна передбачати:

1) соціальну відповідальність перед працівниками, яка відповідає за створення якісних і безпечних умови праці, гідну, чесну, адекватну оплату праці та систему мотивації й заохочення, справедливу систему надбавок і компенсацій, корпоративну культуру, відносини, екологію праці;

2) соціальну відповідальність підприємства перед державою, тобто своєчасну сплату податків, відрахувань, штрафів та інших платежів;

3) соціальну відповідальність підприємства перед суспільством, регіоном, територією, на яких воно працює [8].

Останніми роками в Україні зростає тенденція до того, що компанії впроваджують КСВ у свої бізнес-стратегії, оскільки споживачі та інвестори стають більш стурбованими екологічними та соціальними проблемами. Компанії в Україні, які віддають перевагу КСВ, можуть отримати вигоду кількома способами, включаючи покращення іміджу та репутації бренду, підвищення лояльності клієнтів та покращення доступу до інвестицій.

Крім того, КСВ також може допомогти підприємствам споживчої кооперації в Україні виділитися серед своїх конкурентів, залучити найкращі таланти та підвищити моральний дух та залученість працівників. Дослідження European Business Awards for the Environment виявило, що компанії з потужними програмами КСВ мають вищий рівень задоволеності співробітників і нижчу плинність кадрів порівняно з аналогами [1]. Проте важливо зазначити, що принципи КСВ ще недостатньо реалізовані на підприємствах споживчої кооперації та перебувають на ранніх стадіях розвитку, і багатьом компаніям ще належить повністю

охопити цей важливий аспект бізнесу. Компанії, які зможуть успішно інтегрувати КСВ у свою діяльність, матимуть хороші позиції для конкуренції на світовому ринку, залучення клієнтів та інвесторів і створення цінності для всіх зацікавлених сторін.

Висновки. Принципи КСВ можуть мати важливі наслідки для управління прибутком підприємств споживчої кооперації та надати переваги для довгострокового успіху. Зростання КСВ у Європі в поєднанні з історіями успіху компаній, які віддали їй пріоритет, підтверджує тезу, що КСВ може позитивно вплинути на управління прибутком підприємств споживчої кооперації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. European Business Awards for the Environment. Переваги корпоративної соціальної відповідальності для бізнесу. 2017. URL : <https://eba.eea.europa.eu/the-business-benefits-of-corporate-social-responsibility>
2. H&M. Проміжний звіт H&M Group за січень-вересень 2020 року. 2020. URL: https://sustainability.hm.com/content/dam/hm/about/sustainability/reports/2020/-HM_Sustainability_Report_2020.pdf
3. Quéré, B.P., Nouyrgat, G. & Baker, C.R. A Bi-Directional Examination of the Relationship Between Corporate Social Responsibility Ratings and Company Financial Performance in the European Context. J Bus Ethics. 2018. № 148. P. 527–544
4. Vestas. Vestas оголошує сильні результати за перший квартал 2020 року. 2020. URL : <https://www.vestas.com/news/news-detail/2020/vestas-announces-strong-q1-2020-results>
5. Європейська Комісія (2017). Корпоративна соціальна відповідальність у Європі. URL : https://ec.europa.eu/info/publications/corporate-social-responsibility-europe-2017-jun-17_en
6. Колянко О. В. Сутність соціальної відповідальності як засадничої стратегії корпоративного управління споживчої кооперації. URL : file:///C:/Users/victo/Downloads/Vlca_ekon_2013_40_11.pdf
7. Педченко Н. С. Державна підтримка розвитку малого підприємництва в умовах євроінтеграційних процесів України: монографія / Н. С. Педченко, В. Ю. Стрілець. – Полтава : ПУЕТ, 2022. – 250 с. <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/11897>
8. Родіонов О. В. Формування соціальної відповідальності підприємства. URL : <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/Vsunud/2009-6E/09rovsvp.htm>.

Зміст

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Боднарюк Марта

Львівський торговельно-економічний університет 3

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Дудик Наталія, Косик Марта

Львівський торговельно-економічний університет 7

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ ТА ПІСЛЯВОЄННІЙ ВІДБУДОВІ

Сичук Діна

Полтавський університет економіки і торгівлі 11

ПРОБЛЕМИ ТА МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ: ПРОЄКТНИЙ ПІДХІД УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

Степаненко Олег

Полтавський університет економіки і торгівлі 15

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ: СТАРТАП-ПРОЄКТИ

Костишак Марія

Львівський торговельно-економічний університет 20

ВИЖИТИ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ: МІСІЯ МОЖЛИВА

Сарканич Марина

Мукачівський кооперативний фаховий коледж бізнесу 25

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Пристаї Юлія

Львівський торговельно-економічний університет 28

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ І ЇХ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Трянова Діана

Миколаївський фаховий коледж бізнесу і права

Полтавського університету економіки і торгівлі 30

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Лесько Соломія

Львівський торговельно-економічний університет 36

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ І ЇХ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА

Гостіщева Ганна

Полтавський фаховий кооперативний коледж 40

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ І ЇХ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ
ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Стародуб Софія

Львівський торговельно-економічний університет 45

НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПІД ЧАС
ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

Момрик Юлія

Львівський торговельно-економічний університет 49

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК У КООПЕРАЦІЇ: МОЖЛИВОСТІ
ТА ВИКЛИКИ

Швидкий Олександр

Львівський торговельно-економічний університет 53

РЕАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОЇ ТА ІННОВАЦІЙНОЇ
ПОЛІТИКИ У ВІННИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

Хлібович Вікторія

Вінницький кооперативний інститут 56

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА
ТА ВПЛИВ ЇХ НА ЦІНОВУ ПОЛІТИКУ

Гандера Микола

Львівський торговельно-економічний університет 60

КОНТРОЛЬ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Павлишен Олександр

Вінницький кооперативний інститут 64

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ
УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ: ДОСВІД ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ
СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Туменко Юлія

Полтавський університет економіки та торгівлі 6969

ЛІЗИНГ ЯК АЛЬТЕРНАТИВА ІНВЕСТИЦІЙНОГО КРЕДИТУВАННЯ
ПІДПРИЄМСТВА

Бондарук Світлана

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут 73