

concept of sustainable development. We need to be aware that they can be detailed and expanded, because environmental projects and initiatives are in high demand from active participants in economic processes. That is why they need to be intensively analyzed and integrated into the activities of companies, providing appropriate financial support.

Finally, we would like to dwell on another actual problem area, which may be related to eco-marketing - military actions in Ukraine and their impact on the environment.

According to analysts, the area of active hostilities currently includes "nuclear power plants, seaports, hazardous waste warehouses, industry, including chemical and metal processing plants. Fires at oil depots, gas stations, landfills were recorded, there are facts of damage of warm and water supply facilities..., risk of flooding in mines that store toxic and nuclear waste. The fighting itself leads to no less danger: spilled fuel, destroyed equipment and spent weapons, exploded missiles - all this pollutes the soil and underground waters with chemicals and heavy metals" [2].

Of course, some environmental consequences will remain on the agenda for a very long time. Drawing attention to these issues, smoothing their impact on the minds of residents and non-residents, establishing communication with society and updating dialogues on environmental issues at the socio-economic level - all these are difficult tasks in which environmental marketing has its unique purpose.

Further scientific and practical research should be aimed at developing and testing approaches to environmental marketing to adapt the economic activities of domestic businesses to the concept of sustainable development of the region, taking into account the best foreign and domestic experience.

References

1. Chigrin O.Y., Khomenko L.M., & Kalitai G.K. (2021). Marketynhovi stratehiyi zabezpechennya staloho konkurentospromozhnoho rozvytku pidpryemstv [Marketing strategies to ensure sustainable competitive development of enterprises]. Bulletin of V.N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economy. Local lore. Tourism, 14, 107-118. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-14-11>. [in Ukrainian].
2. Zasyadko E (2022). Misyats' viyny. Zlochyny proty dovkillya [The month of war. Crimes against the environment]. Althoughda.com.ua. <https://www.althoughda.com.ua/columns/2022/03/26/684714/> [in Ukrainian].

Кифяк В.І., к.е.н., доц.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці

СОЦІАЛЬНІСТЬ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОБУДОВИ БІЗНЕС-МОДЕЛІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Швидкоплинність змін та зростаюча частота флуктуацій, які відбуваються в економічних системах, ріст рівня невизначеності, економічного та технологічного устроїв зумовили нові виклики до розвитку бізнесу. Підприємницькі структури крім трансформацій внутрішнього середовища змушені відповідати новим соціальним викликами для ефективної взаємодії з зовнішнім середовищем. Інструментом налагодження такої взаємодії у сучасних умовах є соціальна відповідальність.

Термін «соціальна відповідальність» став поширеним у 1970-х рр., хоча вже наприкінці XIX століття предметом діяльності урядів та організацій були окремі аспекти соціальної відповідальності. Соціальна відповідальність – є контракт між бізнесменом та суспільством, в якому він функціонує. До характеристик соціальної відповідальності належать такі: 1) суспільний характер відповідальності; 2) залежність від соціальних якостей особи і суспільних норм та цінностей; 3) наявність соціальних наслідків.

«Соціальна відповідальність бізнесу – це відповідальність компанії за суспільну корисність своєї діяльності перед усіма людьми та організаціями, з якими вона взаємодіє в процесі функціонування та перед суспільством загалом» [1, С. 266].

Соціальна відповідальність бізнесу у сучасних умовах розглядається в аспекті побудови бізнес-моделі відповідно до ESG-компонент у своїй бізнес-стратегії.

ESG-компоненти (environment, social, governance) – це система даних про екологічні, соціальні, управлінські чинники підприємства. Екологічні визначають вплив компанії на

екологію та стратегічні напрями зменшення негативного впливу. Соціальна компонента характеризує механізм побудови взаємовідносин з контрагентами, HR-управління, дотримання прав людини, репутація на ринку, розвиток територій. Управлінська компонента – це корпоративна система управління, зв'язки компанії, публічна звітність, наявність комплаєнс-політики, механізм запобігання ризикам, внутрішні заходи щодо запобігання корупції тощо.

Як інструмент побудови бізнес-моделі соціальна відповідальність зумовлює зростання вартості бізнесу. Так, «ООН United Nations Global Compact у своїх звітах вказує, що компанії, які враховують ESG, є більш привабливими для інвесторів та партнерів. Вони отримують на 12% більшу маржу й на 19% більшу ринкову вартість та кредитоспроможність у довгостроковій перспективі» [2].

Імідж бізнесу як соціально-відповідального впливають на вартість бренду та ринкові позиції. Для прикладу, згідно з даними Harvard business school (2021), 70 % американців відзначили, що для компаній «важливо» або «дуже важливо» зробити світ кращим. У той час, як тільки 30 % вважають, що для бізнесу найважливіше забезпечувати прибутковість для акціонерів [3].

Отже, соціальна відповідальність як інструмент побудови бізнес-моделі має такі аспекти концептуальної імплементації у практику: являє собою головний компонент, який включає бізнес у процеси сталого розвитку; є конкурентною перевагою бізнесу, а інколи його необхідною умовою розвитку; може бути інструментом диверсифікації бізнесу; засобом структуризації стратегічних напрямів розвитку; визначає вартість бізнесу та ціну бренду.

Проте сьогодні неможливо розглядати розвиток бізнесу без впровадження процесів цифровізації, які ставлять вимоги трансформації всіх бізнес-моделей, з одного боку, а з іншого – є інструментом утримання ринкових позицій та розвитку бізнесу в складних умовах.

Аналізуючи цифрові тренди (рис. 1) можемо їх розподілити за ESG-компонентах соціальної відповідальності.



Рис. 1. Цифрові тренди трансформації аспекті соціальної відповідальності
Джерело: [4].

До екологічної компоненти належать: нові технології в енергетиці, самокеровані машини, робототехніка та технології імплантів. До соціальної – економіка спільного користування, штучний інтелект. Управлінські тренди охоплюють розподілені обчислення, блок-чейн та криптовалюти.

Набуває популярності і розробка програмного забезпечення управління та імплементації соціальної відповідальності в бізнес-модель. Так, наприклад, програмний інструмент «Impact-as-a-Service» («Вплив як послуга») являє собою модель хмарних обчислень, при якій користувачеві надається віртуальна інфраструктура, виділена й керована через Інтернет з метою вирішення соціальних програм. Цей інструмент на практиці вбудували у свої бізнес-моделі такі технологічні та фінансові гіганти як Microsoft, Google, ADP і JPMorgan Chase. Однак і великі компанії, що не належать до галузі розробки інформаційних технологій, орієнтованих на дані, також використовують цей продукт. Серед них, наприклад, Coca-Cola, Levi Strauss і Honda. Як і в більшості галузей, трансформованих у програмне забезпечення, Impact-as-a-Service набула широкого поширення і впровадження з безпрецедентною швидкістю [5].

Отже, соціальна відповідальність за умов імплементації її в бізнес-модель є інструментом стратегічного розвитку бізнесу в умовах цифровізації. Вибраний орієнтир соціальної відповідальності сприяє не тільки ефективному взаємозв'язку із зовнішнім середовищем в аспекті сталого розвитку, а й послідовному та ефективному розвитку та масштабуванню бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Длугопольський О.В., Д.М. Олійник Д.М. Соціальна відповідальність бізнесу: приклади розвинутих країн світу для України. European scientific journal of Economic and Financial innovation. 2020. №2 (6). С. 265-273.
2. 5 довгострокових тенденцій, які допоможуть вирости бізнесу у 2022 році. URL: <https://youcontrol.com.ua/articles/yctrends2022/>.
3. Stobierski T. 15 eye-opening corporate social responsibility statistics. Harvard business school online. 2021. URL: <https://online.hbs.edu/blog/post/corporate-social-responsibility-statistics>.
4. «Цифрова агенда України – 2020 («Цифровий порядок денний – 2020)», - ГС «ХАЙ-ТЕК ОФІС УКРАЇНА», 2016
5. Заєць І. CSR SoftWare: як соціальна відповідальність переходить у хмари і чи встигає Україна за загальносвітовими трендами. Mind. 2021. URL: <https://mind.ua/publications/20227862-csr-software-yak-socialna-vidpovidalnist-perehodit-u-hmari>.

Ковальчук Т.М. д.е.н., проф., завідувач кафедри

Вергун А.І. к.е.н., доцент, доцент

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах глобалізації економіки та високого рівня конкуренції перед керівництвом усіх рівнів управління ставиться головне завдання – забезпечення стійкого економічного розвитку підприємства. Стійкий розвиток підприємства визначається його можливостями адаптуватися до впливів зовнішнього середовища на основі вибору найефективніших науково обґрунтованих управлінських рішень на користь самого підприємства та суспільства загалом. Процес управління стійким розвитком підприємства починається з визначення кінцевої мети, яка ставиться на найближчу та віддалену перспективу, та прийняття призначеності підприємства на конкретному ринку. Це потребує розробки концептуального підходу до формування аналітичного забезпечення на принципах управління та стратегії стійкого розвитку суб'єктів господарювання, здатного підвищити аналітичність, результативність і наукову обґрунтованість управлінських рішень, щодо визначення можливостей стратегічного стійкого розвитку.

Аналіз концепцій і парадигм, присвячених даній проблемі свідчить про відсутність комплексних системних досліджень, пізнання взаємозв'язку та взаємозалежності часових видів економічного аналізу, які відображають часові етапи управління відповідно до змісту