

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНУ «ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ»
ДУ «НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР ВИЩОЇ
ТА ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ»
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



МАТЕРІАЛИ

**Всеукраїнської науково-практичної конференції
здобувачів вищої освіти**

«МОЛОДЬ – АГРАРНИЙ НАУЦІ І ВИРОБНИЦТВУ»

**Інноваційні пріоритети у розвитку
економіки та менеджменту**

14 квітня 2023 року

**Біла Церква
2023**

УДК 330.341.1:33:005

Молодь – аграрній науці і виробництву: Інноваційні пріоритети у розвитку економіки та менеджменту: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти (Біла Церква, 14 квітня 2023 р.). – Біла Церква: БНАУ, 2023. – 267 с.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Шуст О.А., д-р. екон. наук, професор.
Варченко О.М., д-р. екон. наук, професор.
Димань Т.М., д-р. с.-г. наук, професор.
Зубченко В.В., канд. екон. наук.
Паска І.М., д-р екон. наук, професор.
Хомяк Н.В., канд. екон. наук, доцент.
Куманська Ю.О., канд. с.-г. наук, доцент.
Ластовська І.О., канд. с.-г. наук.

Відповідальна за випуск – **Олешко О.Г.**, канд. с.-г. наук.

До збірника ввійшли матеріали і тези доповідей, подані учасниками Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти «Молодь – аграрній науці і виробництву» (14 квітня 2023 року, Білоцерківський національний аграрний університет) до Організаційного комітету. Тексти публікуються в авторській редакції. За науковий зміст і якість поданих матеріалів відповідають автори.

Ел. адреса: <https://science.btsau.edu.ua/taxonomy/term/34>

ТЕРЕЩЕНКО Д.В., магістрантка

Науковий керівник – **ЗАДОРОЖНА Р.П.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ЕТИЧНИЙ І ВІДПОВІДАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО БІЗНЕСУ

Досліджено сутність та еволюцію концепції корпоративної соціальної відповідальності. Висвітлено необхідність для бізнесу балансувати свої інтереси з інтересами різних груп зацікавлених сторін та глобальними соціальними інтересами. Розглянуто переваги етичного та соціально відповідального ведення бізнесу.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, бізнес, стейкхолдери, балансування інтересів.

Соціальна відповідальність бізнесу, зокрема, в Україні, впродовж останніх років набуває все більшого поширення. Концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) набула глобального значення; наразі вона є надзвичайно важливою для сучасної бізнес-практики, оскільки визначає головні принципи та підходи до розвитку відповідальної підприємницької діяльності.

Витоками КСВ був традиційний підхід, згідно якого вважалось, що компанії перш за все мають опікуватись інтересами своїх власників, а соціальною відповідальністю бізнесу є прагнення до максимізації прибутку в рамках існуючого правового поля [1, с. 27].

Еволюція підходів до розуміння соціальної відповідальності втілилась у розширенні її меж та започаткуванні етичного підходу, згідно якого розширилось коло стейкхолдерів, перед якими бізнес має певні соціальні зобов'язання. До цих зацікавлених осіб стали відносити також клієнтів, постачальників, кредиторів, місцеві співтовариства, профспілки, державних регуляторів.

Глобалізація сприяла усвідомленню потреби збалансування інтересів бізнесу, різних груп стейкхолдерів та глобальних суспільних інтересів, зокрема, забезпечення економічної та політичної стабільності у різних регіонах світу, екологізації виробництва, розвитку культури тощо

Сьогодні корпоративну соціальну відповідальність розуміють як самостійну, ініціативну та систематичну діяльність суб'єктів господарювання щодо формування взаємовідносин із суспільством, органами влади, населенням, партнерами з метою узгодження та/або задоволення соціальних, економічних, фінансових, етичних інтересів усіх груп зацікавлених користувачів на взаємовигідних умовах для досягнення як економічних, так і соціальних результатів [2].

Корпоративна соціальна відповідальність означає зобов'язання компанії працювати етично та відповідально, одночасно сприяючи розв'язанню соціальних та екологічних проблем, що забезпечує різноплановість позитивних ефектів КСВ:

– внесок у забезпечення добробуту та благополуччя суспільства: соціально відповідальні компанії здійснюють позитивний внесок в життя соціуму та стан довкілля. Це допомагає створити більш сталий та справедливий світ для всіх;

– покращення взаємин з зацікавленими сторонами: шляхом врахування інтересів широкого кола стейкхолдерів при ухваленні корпоративних рішень компанії можуть побудувати більш міцні та взаємовигідні відносини з цими групами. Це збільшує довіру, лояльність та підтримку з боку зацікавлених сторін, що сприяє довгостроковому успіху бізнесу;

– збільшення залученості та мотивації співробітників: коли працівники відчують, що їх компанія є небайдужою до соціальних та екологічних проблем та створює сприятливі умови для творчого розвитку персоналу, вони будуть більш залученими та мотивованими у своїй роботі. Це, в свою чергу, позитивно впливає на задоволеність роботою, підвищення продуктивності праці і збереження кадрів [3];

– зменшення ризиків та витрат: соціально відповідальні компанії можуть зменшити ризик негативних наслідків, таких як погіршення репутації, штрафи за порушення законодавства та порушення ланцюжків постачання. Крім того, шляхом прийняття більш сталого підходу компанії часто можуть зменшити витрати на енергоспоживання, управління відходами та інші сфери [4];

– покращення репутації та іміджу бренду: Компанії, що практикують активний підхід до вирішення соціальних та екологічних проблем, зміцнюють довіру до себе та авторитет з боку зацікавлених сторін. Це сприяє більшій довірі споживачів до продуктів і послуг компанії [5].

КСВ може реалізовуватись в різноманітних формах, включаючи благодійні внески, добровільну роботу, екологічні ініціативи та етичні бізнес-практики [6, с. 99]. Деякі компанії можуть зосереджуватись на певній конкретній області КСВ, тоді як інші можуть мати більш комплексний підхід.

Ще один спосіб, яким компанії можуть продемонструвати свою відданість корпоративній соціальній відповідальності, – благодійність. Це може включати пожертвування місцевим організаціям, які підтримують громаду, або ж національним чи міжнародним установам, котрі реалізують проєкти в сферах освіти та охорона здоров'я; працюють над проблемами, пов'язаними з бідністю тощо.

Отже, важливість корпоративної соціальної відповідальності замовлена тим, що вона дозволяє компаніям працювати етично, в стійкий спосіб та економічно вигідно як для них самих, так і для суспільства в цілому.

Список використаних джерел

1. Владимир О. М., Капаць К. М. Корпоративна соціальна відповідальність у час війни. *Соціальна відповідальність як основа інноваційного розвитку бізнесу: матеріали X-ої Всеук. наук.-практ. конф., пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України М.Г.Чумаченка., (Тернопіль, 18 листопада 2022 р.).* Тернопіль: ФОП Паляниця В. А. С. 27-28.

2. Руденко О. В., Кондратюк О. М., Горєва А. С. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та нефінансова звітність. *Ефективна економіка.* 2020. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8385> (дата звернення: 30.03.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.102

3. Люльов О., Пімоненко Т., Зябіна Є., Овусу Е. К., Овусу Е. Корпоративна соціальна відповідальність в управлінні трудовими ресурсами. *Вісник економіки*. 2021. Вип. 4. С. 102–115. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2021.04.102>

4. Осташевський В.С., Даниленко К.О., Самойлова В.С. Роль корпоративної соціальної відповідальності в ланцюгах постачань підприємств. *Сучасні напрямки розвитку менеджменту та економіки в умовах VUCA-світу*: зб. матеріалів міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених (17 лист. 2022 р.) / Харків. нац. автомобільно-дорожн. ун-т. Харків: ХНАДУ, 2022. С. 280-283. URL: <https://fmab.khadi.kharkov.ua/kafedri/menedzhmentu/naukovi-konferenciji>

5. Задорожна Р. П. Проекти соціальної відповідальності компаній та їх роль в комунікації бренду. *Ефективна економіка*. 2021. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8536> (дата звернення: 30.03.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.1.96

6. Мостенська Т.Г., Рихлівський М.О. Актуальні проблеми впровадження корпоративної соціальної відповідальності. *The X International Scientific and Practical Conference «Innovative ways of learning development»*, 2023. March 13 – 15, Varna, Bulgaria. С. 99-101. URL: <https://eu-conf.com/wp-content/uploads/2023/03/Innovative-ways-of-learning-development.pdf#page=100>

УДК 342.732:316.774.654.1

ТКАЧЕНКО В.С., магістрантка

Науковий керівник – **ПАНАСЮК В.І.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА СУСПІЛЬСТВО

Розглянуто питання висвітлення сутності та призначення ЗМІ, особливостей їх діяльності, їх значущості та впливу на формування суспільної свідомості. Акцентовано, що засоби масової комунікації формують громадську думку, а також відзначені ризикиманіпуляції свідомістю з боку ЗМІ.

Ключові слова: ЗМІ, громадська свідомість, фейк, суспільство.

Нині засоби масової інформації (ЗМІ) є одним із потужних соціальних інститутів освіти та виховання мас. Інститути соціальної інформації – преса, радіо, телебачення – це інститути виховання політичної культури та економічного мислення, які використовуються владними структурами в інтересах задоволення суспільних потреб і суспільного прогресу. Занадто багато інформації не тільки швидко забувається, але й розмиває наші ціннісні орієнтації. Ми перестаємо співчувати жертвам катастроф, тому що втрачаємо здатність аналізувати дані. Ми більше фізично (принаймні мінімально) не можемо перевірити кожне прочитане повідомлення. Тому ми піддаємося на маніпуляції і віримо фейкам.

Однією із функцій мас-медіа, їх особливим призначенням є можливість надавати об'єктивну інформацію, на основі якої складають реальну картину сьогодення; забезпечення свободи думки і слова, право публічно виражати свої думки, відстоювати власну громадянську позицію; здійснювати контроль за роботою різних гілок влади, порушувати актуальні питання, стежити за розв'язанням важливих проблем. Інформуючи населення, ЗМІ формують у громадян країни навички аналізу діяльності влади, здатність захищати власні