

EUROPEAN INSTITUTE OF FURTHER EDUCATION
LESY UKRAINIAN VOLYN NATIONAL UNIVERSITY
NGO «INSTITUTE OF ECONOMIC, ECOLOGICAL AND ENERGY RESEARCH»

**SOCIALLY COMPETENT MANAGEMENT OF CORPORATIONS IN BEHAVIORAL
CONDITIONS ECONOMICS**

Collection of scientific papers

Chapter II

Podhájska - 2021

In 69

Recommended for printing by the scientific and technical NGO «Institute of Economic and Ecological and Energy Research (Minutes № 3 of 16.012.2021)».

Reviewers:

Chorny Roman - Doctor of Economics, Professor, Director of the Novovolynsk Educational and Scientific Institute of Management, Professor of the Department of Fundamental and Special Disciplines of the Western Ukrainian National University

Lyashenko Olena - Doctor of Economics, Professor, Vice-Rector for Scientific and Pedagogical Work and Quality Assurance in Higher Education of Lutsk National Technical University

Socially competent management of corporations in a behavioral economy: *Collection of scientific papers* / resp. ed Konstantin Pavlov, Elena Pavlova, Ludmila Shostak, Tatiana Bukoros, Josef Zyatko, 2021. European institute of further education, Podhájjska, 2021. - 305 p., Chapter II.

ISBN 978-80-89926-17-6

The collection of scientific papers presents abstracts at the International Scientific and Practical Conference "Socially Competent Corporate Governance in Behavioral Economics", November 24-25, 2021. They reflect the theoretical foundations, prospects for ensuring the efficiency of economic entities, prospects for corporate development in neo-industrial development. economy.

UDC 334.78.005.35 (082)

© European institute of further education, 2021
© Lesy Ukrainian Volyn National University, 2021
© Konstantin Pavlov, Elena Pavlova,
Ludmila Shostak, Tatiana Bukoros,

Уманська Ю. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ ТА АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ ДИСКУРСІ СОЦМЕРЕЖ	151
Fabus M., Збожинський М. ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	153
Федонюк А., Більо І., Проточук Я. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ: СТРУКТУРА І ОЗНАКИ	154
Фроленкова Н., Євгейчук А. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЯГІДНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	156
Хамська Н. КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА, ЯК АСПЕКТ СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ	157
Ціханенка Т., Мароз В. ІНАВАЦІЙНАЄ ЛІДЕРСТВА	159
Чопко Н., Маруніч К. ВПЛИВ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ	160
Shevtsova S., Shevtsov O., Mospan A. PROBLEMS OF THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE POTENTIAL OF THE CORPORATE SECTOR OF UKRAINIAN ECONOMY	162
Шостак Л., Джигалюк А. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ В УКРАЇНІ	163
Щербина В. УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ В ТОРГІВЛІ	164
Ющак А., Новосад Д., Дикун Я., Булевич І. REGULATORY AND LEGAL SUPPORT OF THE RESIDENTIAL REAL ESTATE MARKET OF THE WESTERN REGION	166
Ющишина Л., Шевчук Я. ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА РОЗВИТОК ОНЛАЙН-БІЗНЕСУ	167

СЕКЦІЯ VI. Соціальна відповідальність бізнесу та корпоративна культура

Безтелесна Л., Кашицька Д. СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИЙ РОЗВИТОК ФІНТЕС ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ	170
Безтелесна Л., Хомич В. РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО ІТ-БІЗНЕСУ	172
Букорос Т., Михайлова К. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ СІЛЬСЬКОЇ МІСЦЕВОСТІ	174
Венцурик А. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: УКРАЇНСЬКИЙ АСПЕКТ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	176
Завадських Г. ПРО ВІДМІННОСТІ МІЖ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ БІЗНЕСУ І СОЦІАЛЬНИМ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ	178
Завидівська О., Щоколова Є. ВПЛИВ COVID-19 НА СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ПРАЦІВНИКА	179
Захарова О., Худєєва К. СТРАТЕГІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	181
Збиранник О. МОЗКОВИЙ ШТУРМ В БІЗНЕСІ ЯК НЕОБХІДНІСТЬ БОРОТЬБИ ЗА ПОКУПЦЯ	182
Лопушинська О., Логінська І. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ	184
Матюк Л., Бартошик А. СОЦІАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАЦІЯМИ	185

ПРО ВІДМІННОСТІ МІЖ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ БІЗНЕСУ І СОЦІАЛЬНИМ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ

Сучасна концепція соціальної відповідальності увібрала в себе попередні теоретичні напрацювання та сформувалася як обґрунтування необхідності відповідальності бізнесу перед суспільством. Світовий досвід сформував критерії, відповідність яким дозволяє визначити компанію як соціально відповідальну. До них належать: добросовісна сплата податків; виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавства; виробництво та реалізація якісної продукції; реалізація корпоративних програм з підвищення кваліфікації, охорони здоров'я, морального стимулювання працівників; реалізація благодійних і спонсорських проєктів; захист екології та ін.

Соціальна відповідальність бізнесу – це певні етичні практики, стандарти, рішення чи ініціативи компанії, які виражають відповідальне ставлення цієї ж компанії до свого персоналу, до належного виробництва свого продукту чи надання якісних послуг, до клієнтів, партнерів та всіх, на кого може вплинути діяльність самої компанії [6]. В Україні, за даними дослідження «Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018», найпоширенішими практиками КСВ є розвиток і покращення умов праці персоналу, благодійна допомога, зокрема підтримка воїнів та мешканців зони АТО, підтримка екологічних проєктів та інвестиції в розвиток регіону. При цьому важливо зазначити, що впровадження КСВ є добровільною практикою і компанія сама вирішує, як, коли, і в який спосіб це зробити [1].

Для українців соціальна відповідальність бізнесу не є чимось зовсім новим.

Благодійність в різних формах існувала за часів Київської Русі (спорудження церковних храмів, монастирів і відкриття при них шкіл, друкарень, бібліотек, притулків, лікарень, започаткування Києво-Могилянської академії, сприяння навчанню у найкращих європейських університетах; розвиток будівництва, культури, медицини; започаткування Політехнічного інституту та ін.) [7].

На даний момент в Україні з'являються тенденції до ведення соціально відповідального бізнесу і реалізації благодійницької діяльності: діяльність компанії «НІБУЛОН» – один з показових у вітчизняних умовах приклад побудови соціально відповідального бізнесу оскільки кошти компанії ремонтуються школи та лікарні, утеплюються дитячі садки, ремонтуються дороги, відновлюється освітлення та водопостачання. Соціальна відповідальність компанії мобільного зв'язку «Київстар» реалізується в таких напрямках: відповідальність за продукт, відповідальність перед державою, розвиток персоналу, вклад у суспільство, захист природи. Компанія «Сандора» надає фінансову допомогу і вітамінну продукцію незахищеним верствам населення, підтримує талановиту молодь і молодіжні лідерські ініціативи, є спонсором і партнером у проведенні національної «Естафети незалежності». Корпорація «Оболонь» ще у 2002 році впровадила програму переробки використаних пластикових пляшок, а в 2008 році було запущено в дію виробництво кінцевого продукту (пакувальної стрічки) із цієї вторсировини. Цей екологічний проєкт у 2011 році отримав перемогу на конкурсі кращих практик із захисту навколишнього середовища, який був організований Центром розвитку КСВ.

Проведений аналіз показав, що інформація, яка міститься на офіційних сайтах більшої частини вітчизняних компаній у розділі корпоративної соціальної відповідальності, фактично є напрямками розвитку соціальної відповідальності, а не звітами. Близько ста компаній декларують власну соціальну відповідальність, причому лише 13 з них публікують звіти із СВБ і 24 компанії декларують на корпоративних веб-сайтах діяльність у 3 і більше категоріях СВБ (із дев'яти) 1 Закріплення на законодавчому рівні обов'язкового застосування нефінансових звітів (у літературі є різні визначення: нефінансові звіти, звіти про сталий розвиток, звіти про корпоративну соціальну відповідальність) – це суттєвий крок до європейських стандартів ведення бізнесу [2].

Соціальне підприємство, натомість, зобов'язується виконувати соціальну місію з самих початків свого створення. Оскільки в українському законодавстві поняття «соціальне підприємство» не існує, те, що ми говоримо, що підприємство є соціальним, є суто умовним.

Для того, щоб вважатися соціальним, підприємство повинно відповідати хоча б одному з наступних критеріїв:

- працевлаштування вразливих груп населення (ветерани АТО, ВПО, люди з інвалідністю, мешканці сільської місцевості та ін);
- частина чи весь прибуток від діяльності спрямовується на підтримання статутної діяльності ГО, БО чи БФ;
- частина чи весь прибуток виділяється на фінансування окремих видів послуг для соціально вразливих груп населення / підтримки соціальних, культурних чи спортивних заходів, проектів [4].

Якщо для звичайного бізнесу КСВ є добровільною і необов'язково регулярною практикою, то соціальний підприємець будує свою бізнес-модель та операційну діяльність безпосередньо для досягнення соціальної мети. За своєю суттю соціальне підприємництво визначається як бізнес, покликаний розв'язувати соціальні та/або екологічні проблеми у громадах, причому в їхньому фокусі – досягнення і економічного, і соціального ефекту. На відміну від звичайної благодійності, соціальні підприємства мають сталі бізнес-моделі - ефективний інструмент сталого розвитку СП та вирішення актуальних суспільних проблем [3]. Хоча останнім часом зацікавленість вітчизняних інвесторів, компаній – донорів та благодійних інституцій, зацікавлених в інвестуванні соціальних підприємств в Україні зростає, на жаль, більшою мірою створення вітчизняних СП фінансується за рахунок іноземних фондів та організацій. Перешкодою для розвитку соціального підприємництва є необізнаність громадян щодо сутності, механізму та перспектив цього виду підприємницької діяльності [5].

Не зважаючи на принципові відмінності, між традиційним комерційним бізнесом та соціальним підприємництвом може виникнути хороша співпраця чи симбіоз. Наприклад, великий бізнес може реалізовувати свою корпоративну соціальну відповідальність, підтримуючи чи інвестуючи в малі соціальні підприємства. Такі інвестиції називають Impact-інвестуванням чи соціальним інвестуванням, тобто інвестиція в соціальний ефект – у вирішення соціальної проблеми.

Список використаних джерел

1. Деліні М.М. Показники оцінки соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні. Проблеми економіки, 2017. № 4. - С.263-270.
2. Дослідження “Розвиток корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в Україні 2010-2018” <https://csr-ukraine.org/research/rozvitok-ksv-v-ukraini-2010-2018/>
3. Завадських Г. М., Тебенко В. М. Практичні аспекти становлення соціального підприємництва в Україні. БІЗНЕС ІНФОРМ, 2020. - №11.- С. 177–185.
4. Завадських Г. М., Тебенко В. М. Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент розвитку економіки / Г. М. Завадських, В.М. Тебенко // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (9-11 лютого 2021 р.). за заг. ред. Л.М. Бухаріної. Запоріжжя : ЗНУ, 2021.- С.194-199.
5. Підприємництво: соціально-економічне та інституціональне забезпечення розвитку : монографія / Л. О. Андреева, Л. О. Болтянська, М. І. Грицаєнко, Г.М. Завадських та ін. Мелітополь : Люкс, 2021. 300 с.
6. Руденко О.В., Кондратюк О.М., Горєва А.С. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та не фінансова звітність. Ефективна економіка, 2020.-№ 11. Режим доступу до статті: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/11_2020/104.pdf
7. Стеценко В., Березова Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств в умовах пандемії. Галицький економічний вісник, 2020.- №2 (63).С. 243-250.

Завидівська О., д.пед.н., к.е.н., доц.,

Щоколова Є., магістрантка

Львівський державний університет фізичної культури ім. І. Боберського

ВПЛИВ COVID-19 НА СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ПРАЦІВНИКА

Визначальним елементом соціальної відповідальності організації перед своїми працівниками є соціальний пакет. У широкому сенсі під соціальним пакетом слід розуміти