

2023

ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

*Матеріали Всеукраїнської науково-
практичної конференції*

01 лютого 2023 року

Житомир
Поліський національний університет



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНСТИТУТ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА НААН
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ім.
Ю.ФЕДЬКОВИЧА
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРЕНАРНОЇ
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЇ ім. С.З. ГЖИЦЬКОГО**

**Всеукраїнська науково-практична конференція
«Економіка та підприємництво в умовах сучасних викликів»**

01 лютого 2023 року

Житомир – 2023

**Секція 3: Інноваційно-інвестиційні інструменти стимулювання
соціально-економічного розвитку регіонів**

Бойченко Е.Б.

**ДЕЯКІ ПИТАННЯ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА
СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ 96**

Бойка О.А., Бурдюк Д. З.

**ПЕРСПЕКТИВИ ТА МОЖЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ
ІНВЕСТИЦІЙНИХ ФОНДІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТА
ВІДНОВЛЕННЯ АГРОПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ 100**

Вітчинкіна К. О.

**МІЖНАРОДНІ ОСВІТНІ ПРОГРАМИ У ЗВО КНР У ГАЛУЗІ
ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ, ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ
ПОБУДОВИ ОСВІТИ НА ЗАСАДАХ МУЛЬТИКУЛЬТУРНОСТІ 105**

Завадських Г.М.

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ І СОЦІАЛЬНЕ
ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ
ВИРІШЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ 109**

Мельничук І.Я.

**ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ РЕКЛАМИ НА
СПОЖИВАЧІВ 114**

Соколова А. О., Поліщук М. О., Гонта Н. А.

**СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ СТАЛОГО
РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ЗАХІДНОГО ПОЛІССЯ:
ОЦІНКА ТА РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ 117**

Сердюкова О. Є.

**ІНСТРУМЕНТИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ
НА ВІДНОВЛЕННЯ ЗВІЛЬНЕНИХ ТЕРИТОРІЙ 124**

Сиротюк Г. В.

**РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 127**

Завадських Ганна Миколаївна

к. е. н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

імені Дмитра Моторного

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ І СОЦІАЛЬНЕ
ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ
ВИРІШЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ**

Управління на всіх ієрархічних рівнях не може бути ефективним без формування раціональних взаємовідносин з усіма учасниками бізнес-процесів, що побудовані на взаємодії та довірі. В сучасному світі свідоме ставлення суб'єкта економічної діяльності до норм і цінностей суспільства, слідування внутрішнім настановам, почуттю громадянського обов'язку, соціальних викликів і проблем реалізується через соціальну відповідальність.

Відбувається трансформація і зміна сутності поняття «ефективність», поступовий перехід до так званої соціальної економіки. Основа її формування полягає в концепції «комбінованої» цінності, запропонованої Дж. Емерсоном. Суть цієї концепції в тому, що будь-яка організація є елементом соціально-економічної реальності в якій ці дві складові – економічна і соціальна функціонують не ізольовано, а у постійній взаємодії між собою.

Усвідомлюючи важливість і повністю розділяючи принципи соціальної відповідальності держава, Україна у 2013 році, приєдналась до «Глобального договору ООН», метою якого є об'єднання соціально відповідальних організацій світу для обміну досвідом і ефективною співпраці в сфері КСВ.

Існування різноманітних підходів до врахування соціально відповідальних норм у практичній діяльності підприємств призвело до

формування аргументів «за» та «проти» корпоративної соціальної відповідальності (табл. 1.).

Таблиця 1

Аргументи «за» та «проти» КСВ

Аргументи «за»	Аргументи «проти»
Довгострокова зацікавленість бізнесу в суспільному процвітанні	Відмова від всесвітньої максимізації прибутку
Підвищення суспільного іміджу конкретних компаній	Втрати від соціальної активності
Підтримка життєздатності як системи	Брак навичок вирішення соціальних завдань
Послаблення державного регулювання бізнесу	Розмивання основних цілей бізнесу
Нові шляхи вирішення соціальних проблем	Послаблення міжнародного платіжного балансу

Джерело:[1]

Пройшовши довгий шлях розвитку, світова економічна думка виокремила загальні критерії, що дозволяють визначити підприємство (організацію) як соціально відповідальне. Основними з них є наступні: свідоме і відповідальне виконання вимог міжнародного та внутрішньодержавного законодавства; виробництво та реалізація якісної продукції у відповідності до стандартів якості; справедлива оплата праці найманих працівників; застосування виключно чесних методів конкурентної боротьби; застосування програм морального стимулювання персоналу компаній; реалізація благодійних та спонсорських проєктів; відмова від використання корупційних схем.

Варто виділити особливості саме української моделі корпоративної соціальної відповідальності: вимушений характер соціальної відповідальності бізнесу в діяльності українських підприємств; відсутність в Україні ідеології соціально відповідального підприємництва та високого рівня громадянської самосвідомості; прояв соціальної відповідальності

підприємництва у відповідь на запит влади, коли вважають це формою державного рекету; значний розрив між суспільством і бізнесом у розумінні пріоритетів та переваг соціальної відповідальності [5].

Економічна думка еволюціонує, відповідно і змінюються формати і моделі бізнесу. Дослідження щодо соціальної складової підприємництва в українських реаліях не мають широкого розповсюдження.

Соціальне підприємництво та соціальну відповідальність бізнесу часто плутають та не можуть відрізнити. Хоча під соціальним підприємництвом розуміється новий підхід до ведення організаційної діяльності, що передбачає поєднання економічної стійкості з соціальною спрямованістю. Важливо відзначити, що соціальні підприємці формують бізнес-модель з унікальними характеристиками.

Помилково, люди часто плутають соціальне підприємництво з соціальною відповідальністю бізнесу. Існує принципова відмінність між цими двома економічними категоріями, а саме, метою діяльності традиційного бізнесу є отримання прибутку (досягнення комерційного успіху), а метою соціального підприємства (СП) є отримання прибутку для спрямування його частин на вирішення соціальних проблем [4].

В основі моделі соціального підприємництва також є концепція «змішаної» цінності Дж. Емерсона, принциповими положеннями якої є наступні:

- всі організації створюють змішану цінність: економічну і соціальну;
- безперервна взаємодія соціальних та економічних цілей діяльності суб'єкту економічної діяльності;
- оцінка ефективності інвестицій у створену цінність з використанням лише фінансових інструментів призводить до недооцінення ефективності в цілому [6].

Отже, соціальне підприємництво є принципово іншим видом діяльності по відношенню до звичайного традиційно сформованого бізнесу. З одного боку соціальне підприємництво – це бізнес з чіткою і зрозумілою бізнес-моделлю, спрямованою на комерційний успіх, а з іншого боку, соціальне підприємство вирішує соціальну проблему, яку обов’язково прописує в своїй місії.

Таблиця 2

Порівняльна характеристика американської та європейської моделей соціального підприємництва

Американська модель	Європейська модель
Головна мета – створення соціальної цінності, отримання прибутку другорядне завдання	Голова мета – отримання прибутку, що дає можливість фінансувати вирішення соціальних проблем
Управління СП членами громадичиспільноти, демократичне управління, наявність Наглядової ради	Індивідуальне управління, наявність лідера, відсутність конкретних вимог щодо статусу і методів управління СП
Обмежений локальний вплив діяльності СП	Масштабний глобальний вплив діяльності СП

Джерело: власні дослідження

Для українців соціальна відповідальність бізнесу не є чимось зовсім новим. На даний момент в Україні серед вітчизняних компаній існує тренд на дотримання принципів корпоративної соціальної відповідальності і реалізації благодійницької діяльності.

Діяльність української компанії «НІБУЛОН» – один з показових у вітчизняних умовах приклад побудови соціально відповідального бізнесу оскільки за кошти компанії ремонтуються школи та лікарні, утеплюються дитячі садки, ремонтуються дороги, відновлюється освітлення та водопостачання. Соціальна відповідальність компанії мобільного зв’язку «Київстар» реалізується за такими основними напрямками: відповідальність

за створений продукт, відповідальність перед державою, розвиток персоналу, внесок у суспільство, захист природи [3].

Дослідження вказують на те, що соціальне підприємництво в Україні активно розвивається в усіх сферах і галузях. Частка компаній, що інтегрують складову соціальної відповідальності до своєї діяльності зростає. Хоча соціальне підприємництво і соціальна відповідальність бізнесу мають спільну мету створення соціальної цінності, їм притаманний і ряд відмінних рис. Не зважаючи на принципові відмінності, між традиційним комерційним бізнесом та соціальним підприємництвом може виникнути хороша співпраця чи симбіоз.

Список використаних джерел

1. Гарбар Ж.В., Мазур К.В., Мостенська Т.Г. Корпоративне управління та соціальна відповідальність. Частина 2. Корпоративна соціальна відповідальність: навч. посібник. Вінниця : ВНАУ, 2020. 228 с.
2. Завадських Г. М., Тебенко В. М. Практичні аспекти становлення соціального підприємництва в Україні. БІЗНЕС ІНФОРМ, 2020. - №11.- С. 177–185
3. [Завадських Г.М. Про відмінності між соціальною відповідальністю бізнесу і соціальним підприємництвом. Socially competent management of corporations in a behavioral economy: Collection of scientific papers/respected Konstantin Pavlov, Elena Pavlova, Ludmila Shostak, Tatiana Bukoros, Josef Zyatko, Chapter II, 2021. European institute of further education, Podhájska, 2021.-P. 178-179.](#)
4. Зибарева О.В., Вербівська Л.В. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті сталого розвитку підприємництва. Соціальна економіка і політика, 2017, випуск IV (68), С. 20-35.
5. Романуха О. М. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2016. – № 2(1). – С. 198-204.
6. Emerson J. The blended value map: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation / J. Emerson, S. Bonini, K. Brehm. - 2003. — 182 p.