

ЛЬВІВСЬКИЙ НАУКОВИЙ ФОРУМ

МАТЕРІАЛИ

ХІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ



**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
СУЧАСНОЇ НАУКИ ТА ОСВІТИ**

9-10 червня 2024 року

УДК 005

ББК 94.3(0)

Перспективи розвитку сучасної науки та освіти: матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції м. Львів, 9-10 червня 2024 року. – Львів : Львівський науковий форум, 2024. – 161 с.

У даному збірнику представлені тези доповідей учасників XII Міжнародної науково-практичної конференції «Перспективи розвитку сучасної науки та освіти», організованої Львівським науковим форумом. Висвітлюються Перспективи розвитку сучасної науки та освіти на сучасному етапі становлення, розглядаються сучасні наукові дискусії різних наукових напрямів.

Збірник призначений для студентів, здобувачів наукових ступенів, науковців та практиків.

Всі матеріали представлені в авторській редакції. За повноту та цілісність яких автори безпосередньо несуть відповідальність.

Львівський науковий форум, 2024

ЗМІСТ

БІОЛОГІЧНІ НАУКИ	8
Шамрай О.В. ОХОРОНЮВАНІ ВИДИ СУДИННИХ РОСЛИН У СОСНОВИХ ФІТОЦЕНОЗАХ ПІВДЕННОЇ ЧАСТИНИ ЧЕРКАСЬКОГО БОРУ	8
ГЕОГРАФІЧНІ НАУКИ	10
Федорець Р.Д. РОЛЬ ТА ФУНКЦІЇ СЕРЕДНІХ МІСТ У СТРУКТУРІ МІЖРАЙОННИХ СИСТЕМ РОЗСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ	10
ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ	13
Баліцький В.В. ВПЛИВ ДЕМОГРАФІЧНИХ ФАКТОРІВ НА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНІ МОЖЛИВОСТІ УКРАЇНИ ТА ПОЛЬЩІ	13
Боканча С.В. ВИКОРИСТАННЯ РОБОТОТЕХНІКИ В СУЧАСНИХ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМАХ	16
Самбурцева В.П. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В СУЧАСНИХ КОМПАНІЯХ.....	18
Сілецький А. ПРОЦЕДУРИ З РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПЛАНУ ТА ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ	21
Сімшаг К.С. НЕДОБРОСОВІСНА КОНКУРЕНЦІЯ ЯК ГАЛЬМО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	25
Ченцова Ю.П., Гармаш О.М. ОБ'ЄКТИВНА НЕОБХІДНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	27
КУЛЬТУРОЛОГІЯ	29
Кабанова І.Г. ТЕАТРАЛЬНІ ФЕСТИВАЛІ: КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ПОГЛЯД «ЗСЕРЕДИНИ»	29
Яцевський Я.В. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ КУЛЬТУРНИХ ПРОЄКТІВ.....	33
МЕДИЧНІ НАУКИ	36
Веденєєв В.Д. ТАКТИКА СТОМАТОЛОГІЧНОГО ЛІКУВАННЯ ЗУБІВ З ДЕФЕКТАМИ КОРОНКОВОЇ ЧАСТИНИ («ЕФЕКТ ФЕРУЛУ»)	36

Самбурцева Валерія Павлівна
здобувачка вищої освіти 4 курсу
спеціальність 073 Менеджмент
освітня програма «Бізнес-адміністрування»
Науковий керівник: Єжеслий Юрій Олексійович
асистент кафедри менеджменту
Полтавський університет економіки і торгівлі

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В СУЧАСНИХ КОМПАНІЯХ

На сьогоднішній день різноманітні дослідження вказують на те, що соціальна відповідальність створює конкурентну перевагу між компаніями у економічному, соціальному, екологічному та етичному аспектах їх діяльності. Організації інституціоналізують корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) з економічних, екологічних або соціальних міркувань, і саме ці динамічні фактори характеризують механізми, за допомогою яких вони впроваджують КСВ у свої структури. Одночасно КСВ розвивається в свідомості людей як спосіб життя, який вони переносять в організації, де працюють, і до яких вони ставлять вимоги як споживачі або користувачі. З іншого боку, масштаби КСВ тісно пов'язані з масштабами корпоративних стратегій: інноваціями, ефективністю та конкурентоспроможністю.

У останні роки компанії, які бажають досягти успіху у своїх виробничих та комерційних процесах, повинні дотримуватись принципів КСВ у своєму управлінні, не лише в рамках чинного законодавства, але й відчуваючи наслідки впливу діяльності компанії на довкілля. Важливо визнати, що земля надає всі ресурси, які використовуються для виробництва, тому її збереження є життєво важливим для майбутніх поколінь. Таким чином, компанії, які взяли на себе зобов'язання впроваджувати КСВ як стратегію, не лише досягнуть економічного успіху, але й отримають визнання за якість продукції та соціальну відповідальність перед громадянськістю.

Термін «корпоративна соціальна відповідальність» має досить багато актуальних визначень, серед яких слід виділити такі:

1. Європейська комісія у своїй «Зеленій книзі» визначила КСВ як «концепцію, за допомогою якої компанія добровільно інтегрує соціальні та екологічні аспекти у свою бізнес-операцію та свої відносини з зацікавленими сторонами» [3].

2. Міжнародний стандарт ISO 26000 «Посібник із соціальної відповідальності», визначає КСВ як «відповідальність організації щодо впливу її рішень і діяльності на суспільство та навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, яка: сприяє сталому розвитку, здоров'ю та загальному добробуту суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству та міжнародним стандартам поведінки; є інтегрованим у організацію та практикується в її відносинах» [2].

3. Організація Об'єднаних Націй (ООН) формулює визначення КСВ так: «корпоративна соціальна відповідальність – це форма управління, яка прагне досягти

балансу між економічним зростанням, соціальним добробутом і турботою про довкілля. Щоб досягти цього, компанії повинні приймати рішення на основі етичних принципів, враховуючи вплив своєї діяльності на всіх зацікавлених сторін, таких як співробітники, клієнти, постачальники, місцеві громади та суспільство в цілому [4].

Не існує загальноприйнятого визначення для опису корпоративної соціальної відповідальності. Однак існує загальне визнання того, що КСВ є важливою ініціативою для ефективного управління. Стверджується, що КСВ має бути нерозривно пов'язаною з прийняттям рішень організацією, що означає, що принципи та практика соціальної відповідальності враховуються в усіх бізнес-діях і процесах.

Компанії, які орієнтовані на сталий розвиток, намагаються вирівняти стратегічний рівень занепокоєння відносно навколишнього середовища та суспільства в поєднанні з економічними цілями. Для досягнення цього компанії повинні інтегрувати екологічні та соціальні складові у своє бачення, основні цінності, місію, різноманітні політики та стратегічні плани, щоб забезпечити стратегічне управління та самостійність. Варто регулярно вимірювати та здійснювати оцінку конкретних екологічних та соціальних цілей [1].

Корпоративна соціальна відповідальність базується на трьох основних принципах:

1. Економічна відповідальність – компанії повинні забезпечувати справедливе ціноутворення, підтримувати місцевих постачальників, бути чесними та відкритими з інвесторами та суспільством у цілому. Це допомагає створити сприятливе для всіх стейкхолдерів економічне середовище.

2. Соціальна відповідальність – створення рівних можливостей, толерантність, забезпечення безпечного робочого середовища для працівників і повага до прав людини. Це дозволяє компаніям стати відповідальними роботодавцями, які підтримують своїх працівників і громаду.

3. Екологічна відповідальність – акцент робиться на підтримці використання відновлюваних джерел енергії, збереженні природних ресурсів та ефективній утилізації відходів. Компанії також намагаються скоротити викиди парникових газів і інвестувати в проекти, які компенсують їхній вуглецевий слід. Такий підхід допомагає зменшити негативний вплив на навколишнє середовище та створити більш стійке майбутнє.

КСВ стала новим способом ведення бізнесу, коли організація дотримується норм і бере на себе обов'язки, які підкреслюють гармонійний розвиток її діяльності з точки зору економічних, соціальних та екологічних умов, визнаючи при цьому інтереси та потреби стейкхолдерів. Хоча його концептуалізація та підходи еволюціонували з макроекономічної точки зору до розробки корпоративних цілей відповідно до реальності їхніх зацікавлених сторін, наразі все ще переважають відповідальні практики з не дуже чіткими межами та сумнівною легітимністю.

Таким чином, компаніям важливо налагодити свою поведінку, щоб вона відповідала інклюзивним ринкам, зменшуючи внутрішній і зовнішній вплив організації; це передбачає прийняття міжнародних стандартів належної роботи та екологічної практики, створення можливостей для участі стейкхолдерів; встановлення відносин з іншими організаціями для пом'якшення негативного впливу та створення альянсів для сталого людського розвитку.

Важливо зазначити, що всі компанії повинні мати чітко визначену політику КСВ, розвивати культуру, яка керуватиме їхньою внутрішньою та зовнішньою діяльністю з

етичної та правової точки зору, а також розробляти ініціативи щодо сталого соціального інвестування. Хоча точного керівництва щодо впровадження КСВ не існує, важливо починати з участі окремих осіб і спільноти, з якою взаємодіють компанії, тобто співробітників, директорів, інвесторів, акціонерів, клієнтів, постачальників, уряду, державних і приватних організацій.

Отже, першим кроком має бути аналіз контексту, в який занурена компанія з соціальної, економічної, політичної та культурної точки зору. По-друге, корпоративний шлях має бути безпосередньо пов'язаний із такими рекомендаціями, як Індекс сталості Доу-Джонса (DJSI), Глобальна ініціатива звітності (GRI) та іншими нормативними актами щодо прав людини, оскільки компанії зобов'язані гарантувати їх виконання на кожному робочому місці. По-третє, компанія повинна бути соціально відповідальною перед суспільством, впроваджуючи політику КСВ, вимірюючи результати систематично та організовано шляхом планування, моніторингу, визначення ключових показників ефективності (KPI), щоб можна було контролювати та коригувати реалізацію КСВ. Кожна організація повинна спланувати, реалізувати та оцінити пропозицію щодо соціальних інновацій, спрямовану на оцінку стейкхолдерів як дійсну альтернативу пошуку загального блага, оскільки це сприятиме участі громадськості. Для цього пропонується впровадження методології Design Thinking, оскільки цей інструмент участі дозволяє спільноті визначати проблемні ситуації та можливі альтернативи зі свого повсякденного життя. Для майбутніх досліджень ця методологія має бути контекстуалізована з перспективи сталого розвитку щодо економічних, соціальних та екологічних аспектів як способу сприяння соціально відповідальній поведінці.

Корпоративна соціальна відповідальність стала важливим аспектом сучасної бізнес-стратегії. Застосовуючи підхід КСВ, компанії можуть зробити позитивний внесок у сталий розвиток, зміцнити свою репутацію та покращити стосунки з усіма стейкхолдерами. Інтегруючи принципи КСВ у свою діяльність, компанії створюють позитивний вплив на суспільство та навколишнє середовище, одночасно забезпечуючи власний довгостроковий успіх.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Єжелій Ю. О. Стратегічна орієнтація на сталий розвиток сучасної бізнес-єдиниці. *Стратегічні орієнтири сталого розвитку в Україні та світі : збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених (м. Чернігів, 21 квітня 2023 р.)*. Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2023. С. 199–200.
2. ISO 26000:2010. Guidance on social responsibility. URL: <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000>.
3. Promoting a European framework for corporate social responsibility - Green Paper. European Commission. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366>.
4. The View from the Boardroom. CEO Study on Corporate Social Responsibility. URL: <https://www.undp.org/trinidad-and-tobago/publications/corporate-social-responsibility>.