

References

1. Ханнуф К.Є. Поведінкові аспекти в цифровій економіці. X International scientific and practical conference «Modern Trends in the Development of Scientific Space» (February 14-16, 2024) Dresden, Germany, International Scientific Unity. 2024, С. 56-60.
2. Цифрова трансформація: чому вона необхідна кожній компанії. Mind.ua
3. Український інститут майбутнього. uifuture.org
4. Nonaka, Ikujiro, and Hirotaka Takeuchi. "The knowledge-creating company." Harvard business review 85.7/8 (2007): 162.
5. Nonaka, Ikujiro. "The knowledge-creating company." The economic impact of knowledge. Routledge, 2009. 175-187.
6. North, Douglass. "Understanding the process of economic change." STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO 2005/2 (2006).
7. Bharathi Kamath, G. (2008), "Intellectual capital and corporate performance in Indian pharmaceutical industry", Journal of Intellectual Capital, Vol. 9 No. 4, pp. 684-704. <https://doi.org/10.1108/14691930810913221>
8. Melissa Schilling Schilling, Melissa A. Strategic management of technological innovation. McGraw-Hill, 2017.
9. Mojasevic, Aleksandar S. "Daniel Kahneman: Thinking, Fast and Slow." (2016): 239.
10. Thaler, Richard. Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness. United States: Yale University Press, 2008. P.6.ISBN 978-0-14-311526-7.
11. Kelly, Kevin. The inevitable: Understanding the 12 technological forces that will shape our future. Penguin, 2016.
12. Brynjolfsson, Erik, and Andrew McAfee. The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies. WW Norton & Company, 2014.
13. Kim, W. Chan, and Renee Mauborgne. How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. Harvard Business Review 4.13 (2005): 1-2.
14. Thomas Davenport and John Harris. Competing on Analytics: The New Science of Winning, 2007, Harvard Business Review Press., 250.
15. Ханнуф К. Поведінкова адаптація до цифровізація економічних процесів: виклики, вплив на соціум та механізми інтеграції. І Всеукраїнську науково-практичну конференцію «ПРОКІЇВ» (26.03.2024), Київ., С.156-158.

ЕТИКА І БІЗНЕС

Шевченко Олена Олександрівна

к.е.н., доцент

Кафедра економічної теорії

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

olena.shevchenko@ukma.edu.ua

Для успішного розвитку бізнесу все більш актуальними стають питання етики та моралі. Нещодавні ситуації з Amazon, Volkswagen, Innocent та Nike свідчать про негативний вплив недотримання етичних та моральних норм в

діяльності компаній на їх репутацію, споживачів, навколишнє середовище та фінансові результати. Підвищення ролі етики та моралі в бізнесі обумовлюється зростанням свідомості споживачів, впливом на прийняття рішень інвесторами, зростанням конкурентоспроможності в результаті етичної поведінки компанії. Для українського бізнесу необхідність пристосування до етичних принципів посилюється ще вимогами євроінтеграційних процесів. Повномасштабне вторгнення росії ще більше загострило важливість етики та моралі у діяльності компаній.

Етичні методи ведення бізнесу можуть принести йому відчутні переваги:

- доступ до певних можливостей, отримання пільгових умов (внесення в білий список тих постачальників);
- полегшений доступ до ринку,
- добра репутація і лояльність клієнтів;
- підвищена привабливість для ефективних працівників.

Крім того, чесна конкуренція та рівні умови створюють сприятливе середовище для залучення інвестицій, розвитку інновацій у певній галузі, що приносить користь як бізнесу, так і його клієнтам та суспільству в цілому.

Етичні методи ведення бізнесу також мотивують інші підприємства до ділового партнерства, що є вигідним для всіх сторін і може сприяти збільшенню прибутковості бізнесу.

У сучасному світі питання етики і моралі в контексті ведення бізнесу є предметом значної уваги науковців і практиків. Це знайшло відображення у трансформації уявлень про етичні стандарти і норми, що визначаються суспільними цінностями, особливостями бізнес-середовища та культурними аспектами. Етика бізнесу, як система принципів та норм, що визначають поведінку компаній, має свої витoki, еволюцію деяких яких з них наведено у табл.1.

Таблиця 1. Етапи розвитку етики бізнесу як науки

Роки	Еволюція поглядів	Наукові праці, автори
Кінець 50-х – початок 70-х років ХХ ст.	Численні випадки зловживань в діяльності відомих виробничих компаній європейських країн підштовхнули до осмислення моральних аспектів економічної діяльності в бізнесі	1959 р. – Д. Фінн, „Боротьба за етику в Паблік Рілейшнз”; 1968 р. – Г. Томас, Р. Баумхарт, Т. Пурыл, П. Роетс „Ситуації в етиці бізнесу”; 1969 р. – П. Дракер „Нова роль менеджмента”; 1979 р. – Б. Вінянт „Моральні проблеми в бізнесі”
80-ті – поч. 90-х років ХХ ст.	Етика бізнесу формується не тільки як наука, але запроваджується і в практику діяльності бізнесу, створюються навчально-освітні дисципліни. З’являються праці, які містять узагальнені уявлення щодо правил і норм ділової етики, впливу транснаціональних корпорацій на довкілля та соціальну сферу.	1994 р. – Саїх, Швейцарія „Сім принципів ведення бізнесу”, 1999 р. - „Глобальні принципи Саллівана”; 1980 р. – С. Пауерс, Д. Вогел „Етика в освіті менеджерів бізнесу”; 1981 р. – П. Бергер „Нова атака на легітимність бізнесу”; 1981 р. – П. Дракер „Етичний бізнес”; 1982 р. – Р. Конрад „Менеджери бізнесу і моральні заповідники”

Продовження табл. 1

Роки	Еволюція поглядів	Наукові праці, автори
90-ті –2000-ні роки ХХ ст.	Еволюція і поширення етики бізнесу, обумовлено виникненням і розвитком Всесвітньої комп'ютерної мережі (Інтернет), створенням єдиного інформаційного простору. Обґрунтовується позиція, що притримування етичних засад в діяльності компаній сприяє підвищенню його репутації, економічної і соціальної ефективності,	1999 р. (наступні 5 видань 1999 – 2003 р.р.) - Ричард Де Джордж „Ділова етика”; 2002 р. - Д. Дж. Фрітцше „Етика бізнесу. Глобальна і управлінська перспектива”

Складено автором на основі [1]

У науковій літературі зустрічаються також різні теорії щодо практичного застосування етики в бізнес середовищі. Наприклад, Елегідо Х.М. обґрунтовує шість ключових етичних принципів для бізнесу [2]:

- солідарність - проявляється в тому, що підприємець веде бізнес для загального блага суспільства, у якому він працює;
- ефективність – вимагає оптимальне використання ресурсів, необхідних для ведення відповідального бізнесу;
- раціональність – означає прийняття об'єктивних, виважених рішень з врахуванням емоцій і почуттів, але у раціональний спосіб;
- справедливість – передбачає недопущення певних форм прихильності під час прийняття рішень, просування кар'єрними сходами, при визначенні систем винагороди та наймання;
- утримання від навмисного заподіяння шкоди іншим - усвідомлення наслідків дій, які пропонують у ділових транзакціях і подіях;
- рольова відповідальність - передбачає, що бізнес не має однакових зобов'язань перед усіма зацікавленими сторонами. Тобто, компанії необхідно в першу чергу забезпечити прибуток своїм акціонерам, а вже потім робити внесок у суспільство.

Разом з тим, в останні десятиріччя серед дослідників і практиків більш поширеним є підхід до етики в бізнесі, який заснований на теорії зацікавлених сторін, згідно з якою мета бізнесу полягає у створенні цінності не лише для акціонерів, а й для всіх зацікавлених сторін: клієнтів, інвесторів, постачальників, працівників, громад, суспільства в цілому. У цьому контексті важливою є концепція ESG – стандартів, яка передбачає, що бізнес досягає вищих результатів, якщо враховує у своїй діяльності інтереси усіх стейкхолдерів.

Слід зауважити, що запит на впровадження цих стандартів надходить від інвесторів, керівників і власників бізнесу, суспільства та споживачів. Так, 99% опитаних інвесторів використовують розкриття ESG компанії як частину свого інвестиційного рішення, майже половина керівників бізнесу в Україні та дві

третини керівників у світі бачать зростання запиту з боку зацікавлених сторін щодо впровадження у бізнес-стратегію принципів ESG. Серед організацій з високим рівнем зростання 14% керівників в Україні і 52% у світі вважають, що їхні програми ESG покращують фінансові результати, серед усіх опитаних українських керівників такої думки дотримуються 20%, у світі – 37% [3].

Дослідження, проведене Edelman Trust Institute у 28 країнах у 2023 році, показало, що бізнес є найбільш етичною інституцією та такою, що має найвищий рівень суспільної довіри – 62% (громадські організації – 59%, уряд – 50%, медіа – 50%). «Респонденти хочуть, щоб бізнес відігравав більшу роль у боротьбі зі зміною клімату, економічною нерівністю, перекваліфікацією робочої сили та расовою несправедливістю. Майже 60% споживачів купують бренди на основі цінностей, а майже дві третини працівників запитують компанії займати публічну позицію щодо проблем. Бізнес є єдиною інституцією, яка є компетентною і етичною». [4]

У 2022 році компанія EY провела опитування серед інституційних інвесторів, яке показало, що 98% опитаних заявили про наміри відстежувати ESG-рейтинг компаній, які розглядаються для інвестування [5]. При цьому інвестори визначили основні проблеми, на вирішенні яких компанії повинні концентрувати свої зусилля (рис.1), серед яких 22% займають питання корпоративної поведінки та ділової етики.

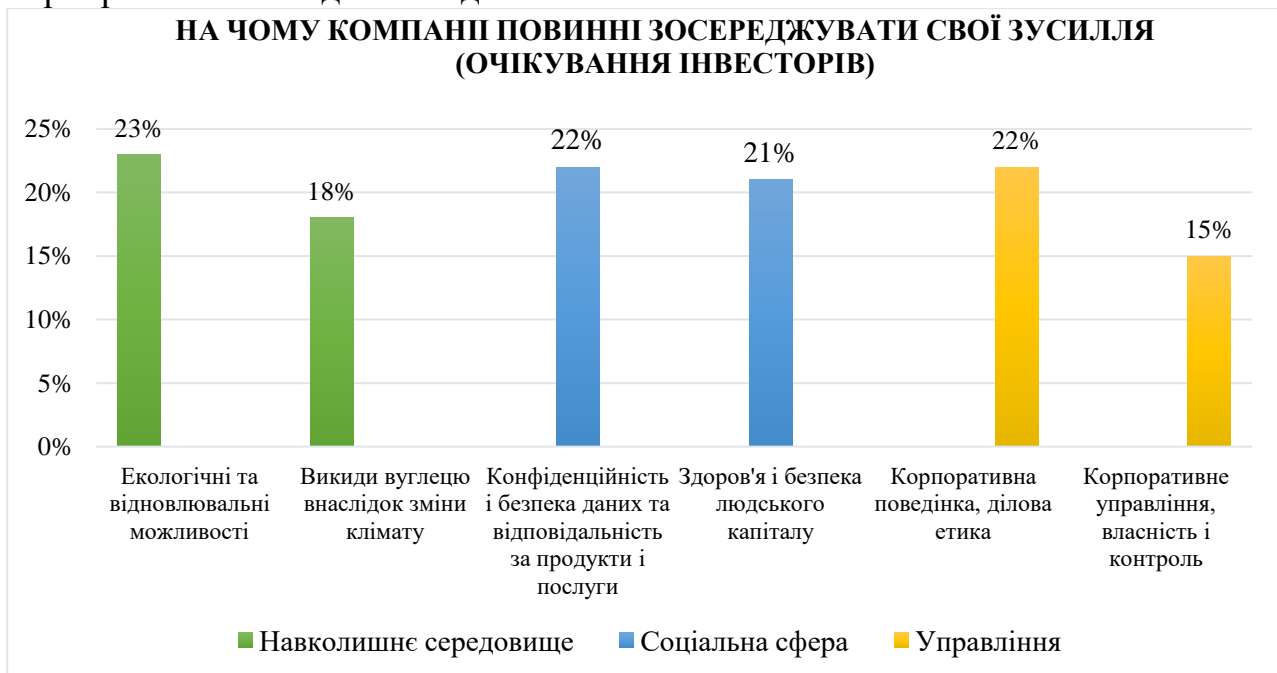


Рис.1. Проблеми ESG- стратегії, на яких компанії повинні зосереджувати свої зусилля. Джерело: побудовано автором на основі [5]

Впровадження етичних стандартів та принципів ведення бізнесу в Україні потребує комплексного підходу, який включає зусилля з боку держави, бізнесу, громадськості та міжнародних партнерів. Це дозволить створити сприятливе середовище для сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності української економіки.

Список використаних джерел

1. Сушик І.В. Етика бізнесу: навч. посіб./ І.В. Сушик, О.Г. Сушик, Я.М. Мартинюк, В.В. Вісин – Луцьк: РВВ Луцький НТУ, 2019. – 268 с.
2. Елегідо Х.М. (Elegido, J.M.) (1996 р.) Fundamentals of Business Ethics: A Developing World Perspective (Основи етики в бізнесі: перспектива світу, що розвивається). Ібадан, Нігерія: Spectrum Books Limited.
3. Індекс сталого розвитку 2022. - Режим доступу: <https://eba.com.ua/wp-content/uploads/2023/01/Sustainability-Index-2022-short-version-for-December-29.pdf>
4. Доповідь «Edelman Trust Barometer 2023». – Режим доступу: <https://www.edelman.com/trust/2023/trust-barometer>
5. Опитування ЕУ за 2022 рік: як звітність може подолати розрив довіри до ESG? - Режим доступу: https://www.eu.com/en_ua/climate-change-sustainability-services/how-can-better-sustainability-reporting-mobilize-companies-and-capital

СУЧАСНИЙ СТАН ГАЛУЗІ САДІВНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА РОЛЬ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ У ПІДВИЩЕННІ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Феняк Лариса Анатоліївна

Асистент

Кафедра економіки та підприємницької діяльності

Вінницький національний аграрний університет

Lorafenyak3@gmail.com

Сучасний рівень розвитку суспільства загострює увагу на необхідності та задоволенні потреби споживачів у повноцінному та якісному харчуванні, що неможливо без використання продукції садівництва. Промислова переробка плодів, ягід та виробництво продуктів з них сприяють нормальній життєдіяльності організму людини, мають унікальні лікувальні та протирадіаційні властивості. Проте їх споживання на душу населення в Україні стабільно зменшується, і у 2021 році становило лише 57 кг, що на 30,5% менше наукового обґрунтованої раціональної норми споживання.

Водночас слід зазначити, що Україна має сприятливі природні та кліматичні умови для вирощування більшості плодово-ягідних культур не тільки для власного споживання, а й для формування експортного потенціалу.

Сучасний світовий ринок фруктів і ягід стає все більш конкурентним, сегментованим, вимогливим до якості та безпеки плодів, потребує нових продуктів, сортів і видів рослин. Важливим фактором, що визначає тенденції та перспективи розвитку галузі садівництва є її функціонування у кооперації з іншими галузями та видами діяльності: переробка, обробка, пакування, зберігання, сертифікація, логістика і т. д. Галузь садівництва досить капіталомістка, окупність інвестиції в сад є віддаленою у часі на роки. За