

Міністерство освіти і науки України
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права
Національного університету
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (Україна)
Полтавська обласна державна адміністрація (Україна)
Білостоцький технологічний університет (Польща)
Університет Гренландії (Гренландія)
«1 грудня 1918 р» Університет Альба Юлія (Румунія)
Сучавський університет імені Штефана Маре (Румунія)
Інститут транспорту та зв'язку (Латвія)
Бургенландський університет прикладних наук (Австрія)
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна (Україна)
Київський національний університет будівництва та архітектури (Україна)
Національний університет «Запорізька політехніка» (Україна)
Львівській державний університет фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (Україна)
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького (Україна)
Сумський державний аграрний університет (Україна)

СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

07 листопада 2024 року



Co-funded by
the European Union



Полтава
2024

6. Духовна О. Україна «в цифрі»: напрямки реформування. Юридична газета online. URL: <http://jur-gazeta.com/publications/practi-ce/informaciyne-pravo-telekomunikaciyi/ukrayina-v-cifri-napryamki-reformuvannya.html>
7. Новіков О.О. Громадський контроль як інструмент підвищення ефективності державного управління в Україні: дис. канд. наук із держ. упр. Київ, 2021. 220 с.
8. Омельченко В.С. Інформаційно-комунікативні зв'язки в умовах розвитку інформаційного суспільства в Україні. *Механізми державного управління*. Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2021. №3(84). С. 136–149
9. Цифрова_трансформація. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Цифрова_трансформація

UDC 330

Buriak Oleh, master's degree student; Kudinova Alina, PhD in Economics, Associate Professor
National University "Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»" (Poltava, Ukraine)

INFLUENCE OF SOCIALLY RESPONSIBLE MANAGEMENT ON SUSTAINABLE BUSINESS DEVELOPMENT

The modern business world faces new challenges and demands that go beyond traditional economic indicators. Companies today cannot focus solely on maximizing profits, because their activities directly impact the environment, society, and the well-being of future generations. In this context, socially responsible management is key in ensuring sustainable business development [1]. The issue of social responsibility of business is becoming more and more relevant for modern enterprises, regardless of their size, industry, or geographical location. Some factors determine this aspect's growing importance in organisations' activities.

One of the key consequences of socially responsible behavior is to strengthen the reputation and increase the loyalty of consumers. In today's market, where information spreads quickly, consumers are becoming more aware and demanding about companies' ethical standards. They prefer companies that demonstrate concern for society and the environment, which indicates a responsible attitude of the enterprise to a wide range of stakeholders, which builds trust among consumers and helps attract new customers who appreciate the social responsibility of business [3].

Above all, socially responsible behavior helps companies build a strong and positive reputation. When a company actively participates in social and environmental initiatives, it increases its visibility in society and positively affects its image. For example, companies that support charitable projects, reduce emissions of harmful substances, or use environmentally friendly materials usually receive more attention from the media and the public, increasing brand awareness and associating it with positive values and ethical standards [2, 4].

Customer loyalty is another important aspect. Customers who see that a company cares about society and the environment feel more connected to such a brand. They are more likely to become repeat customers and share recommendations with their friends and family. For example, research shows that consumers are willing to pay more for products and services from companies that demonstrate a high level of involvement in solving community social issues. This means that socially responsible management can have a direct impact on increasing sales and profitability.

In addition, a positive reputation and high consumer loyalty help companies withstand crisis situations. In the event of problems or scandals, companies with strong reputations and high levels of consumer trust can count on greater support and understanding. For example, if a company known for its environmental initiatives faces an environmental disaster, consumers may be more inclined to forgive its mistakes and support further efforts to solve the problem.

However, there are certain risks associated with managing reputation and consumer loyalty in the context of social responsibility. Companies may face suspicions of imitation of socially responsible behavior, that is, situations where companies make demonstrative statements about their environmental and social responsibility, but do not actually take real actions to improve the

situation. If consumers or the media discover that a company is only giving the appearance of responsible behavior, it can seriously damage its reputation and cause a negative public reaction.

Therefore, socially responsible management also plays an important role in attracting and retaining talented employees, which, in turn, positively affects the development of the enterprise. Many professionals, especially among the younger generation, prefer employers that implement environmental and social programs aimed at sustainable development. This aspect makes the organization more attractive to potential employees and helps retain the best professionals who share the values of social responsibility [5, 6].

Companies that actively participate in social and environmental initiatives are perceived as progressive and ethical, which attracts candidates who seek to work for organizations with high moral standards. After all, companies that support sustainable development, invest in green technologies, or participate in social projects, more often receive positive feedback in the media and on job search platforms, and also have access to a wider range of talented candidates.

Reference

1. Байло В. Корпоративна соціальна відповідальність – запорука сталого розвитку бізнесу. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*. 2024. № 326(1). С. 327-334. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-326-51>.

2. Чайкіна Н. О., Чайкіна А.О. Адаптивні стратегії підприємців в умовах економічних ризиків і загроз. *Person, Family, and Society: Interdisciplinary Approach to the Harmonization of Interests: Monograph*. Opole, 2016. P. 296-303.

3. Корпоративна соціальна відповідальність в управлінні трудовими ресурсами. Олексій Люльов, Тетяна Пімоненко, Євгенія Зябіна. *Вісник економіки*. 2021. № 4. С. 102-115.

4. Лозова О. В. Корпоративна соціальна відповідальність, як чинник формування позитивного іміджу та ділової репутації компанії. *Галицький економічний вісник*. 2023. Том 82. № 3. С.118-127.

5. Oliinyk O. O. Social Responsibility Assessment in the Field Of Employment (Case Study Of Manufacturing). *Scientific Bulletin of National Mining University*, 2020, 3.

6. Stojanovic, A., Milosevic, I., Arsic, S., Urosevic, S., & Mihaljovic, I. (2020). Corporate Social Responsibility as a Determinant of Employee Loyalty and Business Performance. *Journal of Competitiveness*, 12(2), 149–166. <https://doi.org/10.7441/joc.2020.02.09>.

УДК 330

Владіміров А.В., магістрант
Науковий керівник – Кудінова А.О., к.е.н., доцент
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасне господарське середовище відзначається швидкими змінами та нестабільністю ринків, посиленням конкуренції за споживачів через глобалізацію, вільний рух капіталів і трудових ресурсів, різноманітність запитів клієнтів, скорочення життєвого циклу продуктів і зростання значущості інновацій для забезпечення стабільного розвитку. Світовий досвід доводить, що інновації є ключовим інструментом адаптації до змін, забезпечуючи стабільне функціонування компаній. Однак багато інноваційних розробок не орієнтовані на ринок і рідко застосовуються у збуті. Ефективні інновації в цій сфері повинні базуватися на аналізі стратегічної інформації про споживачів, їхні потреби, асортимент товарів, ціноутворення, комунікації, збутові канали та ланцюги постачань. Це дозволить підприємствам створювати нові цінності та формувати стратегії інноваційного розвитку. Ринкові перетворення в Україні