

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ  
ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



**ТЕЗИ**

**II ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
«АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-  
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:  
ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

**2 – 3 КВІТНЯ 2020 р.  
м. Одеса**

З огляду на багатосторонній зарубіжний досвід у сфері формування та розвитку соціального партнерства, можна стверджувати, що в Україні, де ступінь суспільної самосвідомості залишається низьким, добровільність КСВ повинна бути поєднана з державним регулюванням соціально відповідальної поведінки. Тільки комплексний системний підхід до реалізації політики держави в сфері активізації та розвитку КСВ створить умови щодо сталого розвитку економіки, а також буде сприяти посиленню іміджу України як країни, що розвивається відповідно до стандартів світових тенденцій.

Науковий керівник – к.і.н., ст. викл. Мамроцька О.А.

#### **Література:**

1. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект / Под ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. – М., 2008. – 320 с.
2. Кричевский Н.А. Корпоративная социальная ответственность / Н.А. Кричевский, С.Ф. Гончаров. – М.: Изд. «Дашков и Ко», 2006. – 195 с.
3. Куренько Р.Н. КСО в понятиях и трактовках: [Электронный ресурс] / Р.Н. Куренько // КСО своими руками. – № 1. – С. 17. – Режим доступа: <http://www.csrjournal.com>

### **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

**Соколенко В.П., студ. СВО «Магістр» факультету ММіЛ**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Ринкові трансформації, що відбуваються впродовж останніх десятиліть в Україні, призвели до принципових змін у співвідношенні між суб'єктами економічних відносин. Різке зростання численності приватних підприємств, які в повній мірі несуть відповідальність за результати своєї діяльності, зумовила необхідність досягнення економічної ефективності їх функціонування, що напряму пов'язано із добробутом їх власників або засновників. Проте, поряд з цим, поза увагою підприємств та їх власників, що особливо гостро відчувається для країн, які характеризуються нестабільністю політичних та соціально-економічних процесів, зокрема й України, залишається соціальна відповідальність підприємств.

Тенденції розвитку як великих міжнародних підприємств, так і невеликих регіональних, свідчать про переосмислення ними їх взаємодії з середовищем в якому вони активно функціонують. Основним завданням такої взаємодії є краще реагування на потреби споживачів, партнерів, суспільства та довкілля.

Перший базується на тому, що підприємство може вважатися соціально-відповідальним, якщо воно, не порушуючи законів і норм державного регулювання, збільшує прибуток, тобто досягає запланованих економічних цілей. Другий полягає в тому, що підприємство в доповнення до економічної відповідальності повинно враховувати людські та соціальні аспекти впливу свого бізнесу на працівників, партнерів, споживачів, а також вносити позитивний внесок у вирішення загальних проблем суспільства в цілому.

Соціальна відповідальність підприємств ресторанного господарства проявляється у:

- продажі продукції високої якості, що визначається не тільки смаковими і (або) ціновими характеристиками, а також відтворювальними, функціональними, лікувально-профілактичними властивостями;

- розповсюдженні достовірної інформації про продукцію, що виготовляється у підприємстві, її походження, склад та вплив на організм людини;

- створенні комфортних умов праці для працівників, що передбачають користування безпечним обладнанням та інвентарем, дотримання підприємством прав працівників щодо тривалості їх робочого дня, графіків відпусток, оплати лікарняних, виплати заробітної плати, забезпечення умов для професійного зростання тощо;

- здійсненні заходів по охороні зовнішнього середовища, шляхом економії електроенергії, води та інших природних ресурсів;

- використанні безпечних для людини та природного середовища технологій у виробництві продукції;

- дбайливому ставленні до тварин, особливо до тих, які знаходяться на межі зникнення;

- контролі якості сировини та готової продукції на всіх етапах її просування: від постачальників до споживачів;

- участі у добродійних, благодійних, спонсорських заходах тощо.

Зважаючи на вищесказане, а також на те, що підприємства ресторанного господарства не завжди мають змогу (а іноді навіть бажання) турбуватися про їх соціальну відповідальність, її забезпечення деякою мірою контролюється державними установами, що проявляється через розроблення нормативів забезпеченості споживачів мережею ресторанного господарства та відповідного стимулювання розвитку цієї мережі.

За конкретними підрахунками, в результаті проведених досліджень попиту на послуги закладів ресторанного господарства, встановлено, що середня частота відвідувань ресторанів складає приблизно 4 рази на місяць. Основними перешкодами у відвідуванні споживачами ресторанів є наступні: високі ціни – 17% опитаних, низька якість продукції та послуг – 19%, відсутність доступних закладів – 36%. Зокрема, більше 26% опитаних вважають, що наявної кількості ресторанів не вистачає, а 12% респондентів просто не відвідують ресторани за власним бажанням.

Таким чином, ресторанне підприємство виконує економічну функцію виробництва послуг, необхідних для суспільства з вільною ринковою економікою, забезпечуючи одночасно роботу для громадян і максимальні прибутки та винагороду для акціонерів.

Науковий керівник – к.і.н., стар. викл. Ботіка Т.С.

#### Література:

1. Біла С.О. Європейський досвід успішної практики соціальної відповідальності бізнесу: орієнтири для України / С.О. Біла // Європейські студії в Україні: здобутки, виклики та перспективи: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 2 червня 2017 р.). –К., 2017. – С. 35 – 40.

2. Ткачова С.С. Ткаченко О.П. Менеджмент підприємств ресторанного господарства: навч. посібник / С.С. Ткачова, О.П. Ткаченко. – Харків, 2009. – 200 с.

## **НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ ПРОГРЕС ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ**

**Струц Є.М., студ. СВО «Магістр» факультету ММіЛ  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Проблема соціальної відповідальності в даний час стає однією з ключових. Не секрет, що відповідальність соціального суб'єкта розглядається як головний чинник соціалізації сьогодення. Бути соціалізованим – означає бути відповідальним за все, що відбувається в цьому світі, в бутті загалом і в суспільстві зокрема. У звичайному повсякденному житті кожному з нас доводиться бути коли-небудь за що-небудь відповідальним.

Актуальність даної проблематики обумовлена низкою причин, серед яких можна виділити наступні: збільшення масштабності впливу людини на природу та соціум, глобальний характер наслідків прийнятих рішень, усвідомлення незворотності соціальних процесів і непоправності мистів більшості життєво важливих ресурсів. Незважаючи на різноманітність причин, можна стверджувати, що багато в чому вони мають єдину підставу – посилення «технізації» людської життєдіяльності.

В країнах, що освоїли сучасні досягнення науки і техніки та вступили в постіндустріальну епоху, змінюється структура зайнятості населення, що веде до трансформації соціальної структури суспільства. Так, до кінця ХХ в. у США в сфері послуг було зайнято 75% населення, в промисловості – 22% і лише 3% – в сільському господарстві. Сфера послуг охоплює не тільки послуги в сфері побуту. Йдеться перш за все про послуги інформаційні, ділові та професійні, а також про послуги з правового та організаційного забезпечення того чи іншого виду діяльності, про рекламу, «паблік рилейшнз», послуги в сфері медицини, охорони здоров'я, освіти, торгівлі, транспорту, зв'язку і т.п. Тенденція до зниження частки населення, зайнятого безпосередньо промисловим і сільськогосподарським виробництвом, вельми характерна для постіндустріального суспільства. Досягнення в сфері промисловості та сільського господарства ґрунтуються на передових технологіях, що і дозволяє значно підвищити їх ефективність та, відповідно, зменшити чисельність працівників.

Стрімкі темпи науково-технічного прогресу породжують вимоги перманентної перебудови всього суспільного організму, особливо структур економіки. В ході такої перебудови виникають нові професії та відмирають старі, виникають нові суспільні верстви та відходять у минуле колишні. Це свідчить, що постіндустріальне суспільство має високий ступінь соціальної мобільності.

Зокрема, розрізняють вертикальну та горизонтальну мобільність. Перша, горизонтальна, пов'язана з переходом індивіда в іншу соціальну групу в рамках тієї ж соціальної платформи. Тому в постіндустріальному суспільстві існує

- Науковий керівник – к.і.н., ст. викл. Мамроцька О.А.
114. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ  
РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА  
Соколенко В.П., студ. СВО «Магістр» факультету ММіЛ  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 260  
Науковий керівник – к.і.н., стар. викл. Ботіка Т.С.
115. НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ ПРОГРЕС ТА СОЦІАЛЬНА  
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ  
Струц Є.М., студ. СВО «Магістр» факультету ММіЛ  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 262  
Науковий керівник – к.і.н., доц. Соловей А.О.
116. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ  
МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ  
Рудниченко Ю. Л., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 263  
Науковий керівник – к.і.н., стар. викл. Ботіка Т.С.
117. ГРОШОВІ КОШТИ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ,  
КЛАСИФІКАЦІЯ, ЛІКВІДНІСТЬ  
Белінська В. Ф., Тіщенко А.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 265  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Купріна Н.М.
118. АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ТА  
КЛАСИФІКАЦІЇ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВА  
Комишан О. Ю., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК  
Ніколаєва К.Р., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 268  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Купріна Н.М.