

on the Development of the National Labor Market]. Rozvytok sotsialnoi infrastruktury rehioniv v umovakh yevrointehratsii: ekonomiko-pravovi aspekty. 2019. <https://ojs.kname.edu.ua/index.php/area/article/view/2149/2034>

"Mihratsiynyi profil Ukrainy za 2017 rik" [Ukraine's Migration Profile for 2017]. Derzhavna mihratsiina sluzhba Ukrainy. 2018. https://dmsu.gov.ua/assets/files/mig_profil/migprofil_2017.pdf

"Milionnyi bezviz" [Millions of Miles Away]. Derzhavna prykordonna sluzhba Ukrainy. <https://dpsu.gov.ua/ua/news/milyonny-bezviz/>

Maksimenko, Ya. A., and Khaylo, I. I. "Migratsionnye protsessy v Ukraine: problemy i perspektivy" [Migration Processes in Ukraine: Problems and Prospects]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «KhPI»*, no. 23 (2014): 40-47.

Malynovska, O. A. "Zovnishnia mihratsiia hromadian Ukrainy v konteksti skasuvannia vizovoho rezhymu poizdok do YeS" [External Migration of Citizens of Ukraine in the Context of Abolition of the Visa Regime Between Ukraine and EU]. *Demohrafiia ta sotsialna ekonomika*, no. 3 (2016): 58-69.

Pozniak, O. "Sotsialni naslidky yevrointehratsii Ukrainy. Mizhnarodna mihratsiia" [Social Consequences of Ukraine's European Integration. International Migration]. <http://www.fes.kiev.ua/new/wb/media/Mizhnarodna%20migrazija.pdf>

Romanova, A. "Naslidky ta vyklyky vvedennia bezvizovoho rezhymu z YeS dlia turystychnoi industrii Ukrainy" [Consequences and Challenges of a Visa-Free Regime with the EU for Tourism Industry of Ukraine]. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*. 2018. <http://jeou.donnu.edu.ua/article/view/4781>

"Shcho take bezvizovyi rezhym z YeS" [What is a Visa-free Regime with the EU]. *Vidkryi Yevropu*. <https://openeurope.in.ua/subjects/test-proverka-poiska-zigmund-tema-3/v-kakie-strany-es-i-shengenskoy-zony-ya-smogu-poekhat-bez-vizy-9>

"Statystyka zovnishnyoho sektora. Hroshovi perekazy" [External Sector Statistics. Money transfers]. *Natsionalnyi bank Ukrainy*. 2018. https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?showHidden=1&art_id=65613&cat_id=44446

"Zovnishnia trudova mihratsiia naseleattia" [External labor Migration of the Population]. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy*. <http://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК 330
JEL: M14

СУТНІСТЬ, ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В СУЧАСНІЙ РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

©2019 МОСТЕПАНЮК А. В.

УДК 330
JEL: M14

Мостепанюк А. В. Сутність, принципи та методи реалізації корпоративної соціальної відповідальності в сучасній ринковій економіці

Метою статті є теоретичне узагальнення наукових підходів до визначення сутності, основних принципів та методів реалізації корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у сучасній ринковій економіці. Проведено аналіз 26 авторських підходів до трактування сутності КСВ, що охоплюють період з 1953 р. до 2019 р., і виокремлено два етапи розвитку наукових підходів до її визначення, а саме: традиційний (XX ст.) і сучасний (XXI ст.). У результаті системного аналізу варіативності підходів до визначення сутності КСВ запропоновано уніфіковане її трактування в ширшому розумінні – як «ведення комерційної діяльності з урахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін (працівників, споживачів, постачальників, партнерів та довкілля) та в межах норм чинного законодавства»; та у вузькому розумінні – як «участь бізнесу у проектах, спрямованих на вирішення нагальних соціальних (екологічних) проблем та підвищення рівня добробуту місцевих громад і суспільства в цілому». Також у статті досліджено класифікацію принципів КСВ, що дозволило виокремити універсальні з них, а саме: забезпечення та захист прав усіх зацікавлених сторін; етичність; відкритість; підзвітність ведення бізнесу в межах законодавчих норм; урахування інтересів та очікувань усіх зацікавлених осіб у процесі прийняття бізнес-рішень; екологізація комерційної діяльності. Систематизовано основні методи реалізації КСВ залежно від організаційної форми та суб'єктів, що безпосередньо беруть участь у вирішенні соціальних проблем.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, бізнес, соціальні проекти, принципи корпоративної соціальної відповідальності, методи реалізації корпоративної соціальної відповідальності.

DOI:

Рис.: 1. Табл.: 2. Бібл.: 34.

Мостепанюк Алла Володимирівна – кандидат економічних наук, докторант кафедри економічної теорії, макро- і мікроекономіки, Київський національний університет імені Тараса Шевченка (вул. Володимирська, 60, Київ, 01033, Україна)

E-mail: a.mostepaniuk@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5327-2534>

УДК 330
JEL: M14

UDC 330
JEL: M14

Мостепанюк А. В. Сущность, принципы и методы реализации корпоративной социальной ответственности в современной рыночной экономике.

Целью статьи является теоретическое обобщение научных подходов к определению сущности, основных принципов и методов реализации корпоративной социальной ответственности (КСО) в современной рыночной экономике. Проведен анализ 26 авторских подходов к трактовке сущности КСО, охватывающих период с 1953 г. до 2019 г., и выделены два этапа развития научных подходов к её определению, а

Mostepaniuk A. V. Essence, Principles and Methods of Implementing Corporate Social Responsibility in the Modern Market Economy.

The article is aimed at theoretical generalizing scientific approaches to the definition of the essence, basic principles and methods of implementing corporate social responsibility (CSR) in the modern market economy. An analysis of 26 author's approaches to the interpretation of essence of CSR, covering the period from 1953 to 2019, is carried out, and two stages of the development of scientific approaches to the definition of CSR are allocated: tradi-

именно: традиционный (XX в.) и современный (XXI в.). В результате системного анализа вариативности подходов к определению сущности КСО предложена унифицированная трактовка КСО в широком смысле – как «ведение коммерческой деятельности с учетом интересов всех заинтересованных сторон (работников, потребителей, поставщиков, партнеров и окружающей среды) и в пределах норм действующего законодательства»; и в узком смысле – как «участие бизнеса в проектах, направленных на решение неотложных социальных (экологических) проблем и повышение уровня благосостояния местных общин и общества в целом». Также в статье исследована классификация принципов КСО, что позволило выделить универсальные из них, а именно: обеспечение и защита прав всех заинтересованных сторон; этичность; открытость; подотчетность ведения бизнеса в пределах законодательных норм; учет интересов и ожиданий всех заинтересованных лиц в процессе принятия бизнес-решений; экологизация коммерческой деятельности. Систематизированы основные методы реализации КСО в зависимости от организационной формы и субъектов, которые непосредственно принимают участие в решении социальных проблем.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, бизнес, социальные проекты, принципы корпоративной социальной ответственности, методы реализации корпоративной социальной ответственности.

Рис.: 1. **Табл.:** 2. **Библ.:** 34.

Мостепанюк Алла Владимировна – кандидат экономических наук, докторант кафедры экономической теории, макро- и микроэкономики, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко (ул. Владимирская, 60, Киев, 01033, Украина)

E-mail: a.mostepaniuk@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5327-2534>

tional (20th century) and modern (21st century). As a result of systematic analysis of the variability of approaches to defining the essence of CSR, a unified interpretation of CSR in a broad sense is proposed as «conducting commercial activities taking into account the interests of all stakeholders (employees, consumers, suppliers, partners and the environment) and within the limits of applicable law» and, in a narrow sense, as «participation of business in the projects directed to solving urgent social (ecological) problems and improving the well-being of local communities and society as a whole». The article also explores the classification of the of CSR principles, allowing to allocate the universal ones, namely: ensuring and protecting the rights of all stakeholders; ethics; openness; accountability of doing business within the limits of law; accounting the interests and expectations of all stakeholders in the business decision-making process; ecologization of commercial activities. The basic methods of implementation of CSR are systematized, depending on the organizational form and the subjects that are directly involved in solving social problems.

Keywords: corporate social responsibility, business, social projects, principles of corporate social responsibility, methods of implementing corporate social responsibility.

Fig.: 1. **Tabl.:** 2. **Bibl.:** 34.

Mostepaniuk Alla V. – PhD (Economics), Candidate on Doctor Degree of the Department of Economic Theory, Macro- and Microeconomics, Taras Shevchenko National University of Kyiv (60 Volodymyrska Str., Kyiv, 01033, Ukraine)

E-mail: a.mostepaniuk@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5327-2534>

На сучасному етапі розвитку економіки, держави та суспільства проявляються певні недосконалості ринкової економіки, що виявляються в нерівномірному розподілі доходів, нерівному доступі до освітніх та медичних послуг, неспроможності найбільш незахищених верств населення задовольнити свої базові потреби. За таких умов виникає необхідність залучення держави та приватного сектора до надання соціальних послуг, захисту прав і свобод населення, сприяння рівномірному розподілу багатств та забезпечення рівних прав доступу до базових соціальних послуг. Держава в такій ситуації дотримується соціально орієнтованої політики, що полягає в державному фінансуванні закладів охорони здоров'я, освітніх установ, надання фінансової допомоги, субсидій і компенсацій вразливим верствам населення тощо. Разом із тим, останнім часом суспільство стає більш вимогливим до приватного бізнесу, вимагаючи враховувати суспільні інтереси при веденні своєї комерційної діяльності, що найчастіше реалізується у формі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), яка проявляється в наданні певних соціальних послуг, сприянні підвищенню добробуту населення, мінімізації негативного впливу на довкілля, прийнятті участі у благодійних проектах з метою зменшення фінансового тиску на державний бюджет і покращення власного іміджу бізнесу, підвищення рівня його конкурентоспроможності тощо.

У цьому контексті слід зауважити, що ефективність проектів КСВ вимагає чіткого розуміння сутності, принципів та основних методів реалізації соці-

альної відповідальності бізнесу. Наразі існують праці українських і зарубіжних авторів, що присвячені вивченню та аналізу даної проблематики. Так, роботи Г. Боуена [1], М. Фрідмана [2], К. Девіса, Р. Бломстрома [3], Г. Фітча [4], Д. Баюри [5], Н. Яневич [6], С. Фірсової [7], С. Безчотнікової [8], В. Ярової [9], І. Лебедева [10], М. Діденко [11], А. Бурковської, Т. Лункіної [12], О. Грішної, І. Магдич [13], Н. Гражевської, А. Мостепанюк [14], З. Галушки [15] містять визначення сутності КСВ у вузькому та широкому значенні, а також основні характеристики та сфери її застосування; публікації Х. Гальчак [16], Організації економічного співробітництва та розвитку [17], Глобального договору Організації Об'єднаних Націй [18], Міжнародного стандарту ISO 26000 [19] представляють основні принципи імплементації соціальної відповідальності бізнесу. Водночас значна кількість підходів до визначення сутності КСВ, її основних принципів та методів реалізації перешкоджає державному та приватному секторам використовувати КСВ ефективно.

Отже, метою статті є теоретичне узагальнення наукових підходів до визначення сутності, основних принципів та методів реалізації корпоративної соціальної відповідальності в сучасній ринковій економіці.

Задля уніфікації змісту поняття «корпоративна соціальна відповідальність» було досліджено 24 авторські підходи до визначення її сутності, запропонованих українськими та зарубіжними вченими та організаціями (табл. 1).

Проведений аналіз дозволив виокремити два етапи розвитку наукових підходів до визначення сут-

**Розвиток наукових підходів до визначення сутності корпоративної соціальної відповідальності
у працях українських і зарубіжних дослідників**

№ з/п	Автор (рік публікації)	Визначення корпоративної соціальної відповідальності
1	2	3
Традиційний підхід (XX століття)		
1	Боуен Г. (1953)	Обов'язок бізнесу формувати політику, ухвалювати рішення та діяти відповідно до інтересів та цінностей суспільства
2	Фрідман М. (1970)	Ефективне ведення бізнесу та підвищення прибутку, що сприяє зростанню надходжень до бюджету для забезпечення соціальних функцій, підвищенню рівня працевлаштування, задоволенню потреб населення
3	Девіс К., Бломстром Р. (1971)	Усвідомлення та подальша реакція компанії на проблеми, що лежать за межами економічних, технічних та юридичних умов ведення бізнесу; обов'язок бізнесу оцінювати соціальний вплив прийнятих рішень у контексті досягнення власних економічних цілей і надання соціальних благ
4	Фітч Г. (1976)	Спроба вирішити соціальні проблеми, які повністю або частково спричинені діяльністю бізнесу
Сучасний підхід (XXI століття)		
5	Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу в Україні (2005)	Відповідальне ставлення бізнесу до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів; формування активної позиції бізнесу щодо взаємовигідного співіснування та взаємодії з суспільством, участь у вирішенні нагальних соціальних проблем
6	Котлер Ф., Лі Н. (2005)	Добровільна участь бізнесу та виділення необхідних ресурсів на реалізацію заходів, що сприяють підвищенню добробуту населення
7	Мельник С. (2008)	Спосіб управління бізнес-процесами з метою надання позитивного впливу на суспільство
8	Баюра Д. (2009)	Інструмент мінімізації ризиків та формування ефективної взаємодії між бізнесом, суспільством і державою
9	Волосковець Н. (2010); Гальчак Х. (2011)	Вільний вибір на користь зобов'язання підвищити добробут громадян через відповідні підходи до ведення бізнесу; певний рівень добровільного реагування організації на соціальні проблеми
10	Божкова В., Сагер Л. (2010)	Універсальна форма взаємозв'язку суб'єктів господарювання із суспільством, державою, її окремими органами, а також форма їх спроможності оцінити наслідки своєї діяльності для суспільного розвитку
11	Фірсова С. (2011)	Можливість для компанії реалізувати свої основні потреби у виживанні, безпеці й стабільності
12	Харламова А. (2012)	Спосіб ефективного управління соціальними та бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу компанії на суспільство
13	Безчотнікова С. (2012)	Технологія корпоративних комунікацій, що має на меті збільшення нематеріальних активів компанії та є ознакою сталого розвитку суспільства
14	Ярова В. (2013)	Добровільна відповідь та реакція бізнесу на соціальні проблеми, що приводить до отримання економічного та соціального ефектів. Економічний ефект проявляється в підвищенні фінансової ефективності та зниження операційних витрат, соціальний ефект – суспільний розвиток на основі захисту та забезпечення соціальних норм, цінностей та очікувань
15	Колот А. (2013)	Раціональний відгук організації на систему суперечливих очікувань заінтересованих сторін, що спрямований на стійкий розвиток компанії; відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені
16	Лебедев І. (2013)	Активна соціальна позиція підприємства, що включає сумлінне виконання законодавства, стандартів і угод із соціального партнерства, а також добровільно прийнятих додаткових зобов'язань щодо задоволення економічних і соціальних потреб внутрішніх і зовнішніх зацікавлених осіб, місцевих громад і суспільства у цілому

1	2	3
17	Діденко О. (2014)	<i>Ініціатива</i> , спрямована на інвестування частини прибутку для покращення добробуту суспільства, позитивного позиціонування на ринку, підвищення рівня транспарентності функціонування
18	Яковенко О. (2014)	<i>Добровільне</i> взяття на себе зобов'язання за вирішення соціальних проблем на основі взаємодії, гармонійного співіснування бізнесу з представниками влади та суспільства
19	Бурковська А., Лункіна Т. (2015)	Механізм підвищення фінансової привабливості бізнесу шляхом формування «соціального іміджу» компанії, що приводить до додаткових фінансових надходжень у формі інвестицій
20	Керрол А. (2016)	Чотирирівнева концептуальна структура, яка включає економічні, правові, етичні та добродійні очікування, котрі суспільство висуває бізнесу в певний момент часу
21	Яневич Н., (2010); Грішнова О., Магдич І. (2016)	Соціальна інвестиція, спрямована на створення позитивного іміджу компанії та на формування людського капіталу, шляхом охорони здоров'я та тренування працівників, що підвищує продуктивність праці та прибутковість бізнесу
22	Стандарт ISO 26000 (2017)	Відповідальність організації за вплив прийнятих рішень на суспільство та довкілля, крім того, відкрите та чесне ведення бізнесу, сприяння підвищенню рівня здоров'я та добробуту населення, урахування очікувань кола зацікавлених осіб, функціонування в межах чинного законодавства та міжнародних норм поведінки
23	Гражевська Н., Мостепанюк А. (2018)	Чинник нагромадження та ефективної реалізації новітніх форм капіталу шляхом покращення якісних характеристик робочої сили, зміцнення соціальних взаємодій, формування привабливого іміджу виробників, за умови інформування споживачів щодо можливих негативних характеристик своєї продукції, приділення уваги вирішенню екологічних проблем, дотримання етичних і прозорих механізмів ведення бізнесу, забезпечення і захисту прав людини, дотримання принципів рівності та справедливості, захисту вразливих верств населення, запобігання проявам дискримінації
24	Галушка З. (2019)	Процес якісного перетворення системи соціально-економічних відносин, що забезпечує їхню модернізацію та відповідне інституційне оформлення

Джерело: розроблено на основі [1–15; 19–29].

ності КСВ. Зокрема, представникам традиційного підходу, започаткованого у ХХ ст., притаманні такі особливості визначення КСВ:

- 1) акцентування уваги на «обов'язковості» соціально відповідальної поведінки бізнесу [1; 3];
- 2) «широкий» підхід до визначення КСВ, що не бере до уваги конкретні форми прояву такої діяльності [1–4];
- 3) трактування економічної відповідальності бізнесу, що полягає у прагненні максимізації прибутку як основи КСВ [1–3];
- 4) визначення КСВ як взаємовідносин бізнесу та суспільства [1–4].

Водночас представники сучасного підходу до трактування сутності КСВ, започаткованого у ХХІ ст., доповнюють і розвивають вищенаведені визначення шляхом:

- 1) деталізації форм КСВ та об'єктів, на яких така відповідальність спрямована [14; 19; 20];

- 2) ідентифікації довкілля та місцевої громади як об'єктів КСВ з урахуванням процесів глобалізації та вільного руху капіталів, внаслідок яких країна походження бізнесу та місце реального функціонування можуть різнитися [10; 14; 19];

- 3) підкреслення «добровільності» принципів КСВ [9; 11; 21];

- 4) визначення КСВ як взаємовідносин представників бізнесу, держави та суспільства. При цьому держава як суб'єкт КСВ позиціонується в контексті етичності ведення бізнесу, що передбачає дотримання всіх норм законодавства [5; 10; 14; 19; 21–23];

- 5) КСВ розглядається як довгострокова стратегія підвищення економічної ефективності, технічної модернізації та зниження ризиків. У цьому контексті економічна прибутковість трактується не як основа, а як наслідок КСВ [5–15].

На основі проведеного аналізу можна сформулювати визначення КСВ у широкому та вузькому розумінні, а саме:

1) у широкому розумінні корпоративна соціальна відповідальність – це ведення комерційної діяльності з урахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін (працівників, споживачів, постачальників, партнерів та довкілля) та в межах норм чинного законодавства;

2) у вузькому розумінні – це участь бізнесу у проектах, спрямованих на вирішення нагальних соціальних (екологічних) проблем і підвищення рівня добробуту місцевих громад і суспільства в цілому.

Важливу роль у розумінні сутності та механізмів реалізації КСВ у сучасній ринковій економіці відіграють принципи здійснення такої діяльності. Відповідно до економічного словника поняття «принцип» трактується як головне, вихідне положення, правило діяльності організації в якій-небудь сфері або правило поведінки особи [30]. У контексті пропонуваного дослідження принципи визначаються як правила поведінки соціально відповідального бізнесу.

Систематичний аналіз наявних підходів до класифікації та визначення основних принципів КСВ (табл. 2) дає змогу сформулювати її універсальні та специфічні принципи. Отже, універсальними принципами соціальної діяльності бізнесу є:

- ✦ забезпечення та захист прав людини усіх зацікавлених сторін [16–19; 31; 32];
- ✦ етичність, відкритість, підзвітність ведення бізнесу та в межах законодавчих норм [16; 17; 19; 23; 31; 32];
- ✦ урахування інтересів та очікувань усіх зацікавлених осіб у процесі прийняття бізнес-рішень [17; 19; 23; 31; 32];

- ✦ екологізація комерційної діяльності [16–18; 31; 32].

Специфічними принципами КСВ є такі:

- ✦ участь у благодійних проектах, філантропність [23];
- ✦ забезпечення економічної ефективності бізнесу [23; 31; 32];
- ✦ формування людського капіталу шляхом розвитку працівників, підвищення потенціалу місцевої громади, побудови довірчих відносин між бізнесом і суспільством [16; 17].

У цьому контексті постає питання визначення методів практичної реалізації принципів КСВ. Відповідно до наявної наукової літератури існує два підходи до класифікації методів КСВ: залежно від організаційної форми та від суб'єкта КСВ (рис. 1). Отже, принципи соціальної відповідальності бізнесу можуть бути реалізовані шляхом:

1. Створення департаменту, що займається питаннями КСВ. До основних функцій такого департаменту входять:

- ✦ вивчення соціальних проблем населення;
- ✦ визначення проблем, на вирішення яких буде спрямована діяльність компанії;
- ✦ формування стратегій вирішення таких проблем;
- ✦ планування, виконання та контроль соціальної діяльності компанії;
- ✦ інформування суспільства щодо КСВ бізнесу.

Таблиця 2

Класифікація принципів корпоративної соціальної відповідальності

Керрол А.	Глобальний договір ООН	Організація економічного співробітництва та розвитку	Міжнародний стандарт «ISO 26000»	The Giving Machine, Крохн С.	Гальчак Х.
1	2	3	4	5	6
Права людини:					
діяльність у межах законодавчих норм	– забезпечення та захист прав людини; – запобігання утиску прав людини	захист прав людини	– захист прав людини; – дотримання норм законодавства	захист прав людини	захист прав людини
Наймані працівники:					
– економічна ефективність; – діяльність у межах законодавчих норм; – етична корпоративна поведінка	– забезпечення свободи щодо співпраці та колективних обговорень; – подолання всіх форм примусової праці;	– сприяння формуванню людського капіталу; – запобігання зловживанню недосконалістю нормативно-правового забезпечення	– етичність діяльності; – дотримання норм законодавства; – дотримання міжнародних норм поведінки	– економічна відповідальність; – етичне ведення бізнесу	– сприяння розвитку працівників

1	2	3	4	5	6
	<ul style="list-style-type: none"> – подолання проблеми використання дитячої праці; – подолання дискримінації у процесі працевлаштування 				
Зацікавлені особи / місцева громада:					
<ul style="list-style-type: none"> – економічна ефективність; – діяльність у межах законодавчих норм; – етична корпоративна поведінка з урахуванням очікувань та інтересів кола зацікавлених осіб; – філантропна/благодійна поведінка бізнесу 	боротьба з корупцією в усіх її формах	<ul style="list-style-type: none"> – сприяння економічному та соціальному прогресу; – сприяння підвищенню потенціалу місцевої громади; – запобігання зловживанню недосконалої нормативно-правового забезпечення; – ефективне корпоративне управління; – побудова довірчих відносин між бізнесом і суспільством; – пошук шляхів попередження або мінімізації негативного впливу діяльності бізнесу 	<ul style="list-style-type: none"> – підзвітність бізнесу щодо можливих наслідків прийнятих бізнесом рішень; – відкритість ведення бізнесу; – етичність діяльності; – задоволення інтересів та очікувань кола зацікавлених осіб; – дотримання норм законодавства; – дотримання міжнародних норм поведінки 	<ul style="list-style-type: none"> – подолання наслідків національних катастроф, проведення освітніх програм у найменш розвинених країнах; – етичне ведення бізнесу; – економічна відповідальність 	<ul style="list-style-type: none"> – запобігання можливим соціальним кризам; – підзвітність бізнесу
Захист довкілля:					
<ul style="list-style-type: none"> – етична корпоративна поведінка; – філантропна/благодійна поведінка бізнесу 	<ul style="list-style-type: none"> – запобігання глобальним змінам; – сприяння поширенню екологічної відповідальності бізнесу; – заохочення використання технологій з меншим негативним впливом на довкілля 	<ul style="list-style-type: none"> – запобігання зловживанню недосконалої нормативно-правового забезпечення; – пошук шляхів попередження або мінімізації негативного впливу діяльності бізнесу; – сприяння екологічному прогресу 	<ul style="list-style-type: none"> – етичність діяльності; – дотримання норм законодавства; – дотримання міжнародних норм поведінки 	<ul style="list-style-type: none"> – екологічна стійкість; – етичне ведення бізнесу 	<ul style="list-style-type: none"> – попередження незворотних негативних змін довкілля; – запобігання можливих екологічних криз; – принцип екологізації виробництва; – фінансова відповідальність за забруднення/деградацію довкілля

Джерело: розроблено на основі [16–19; 23; 31; 32].

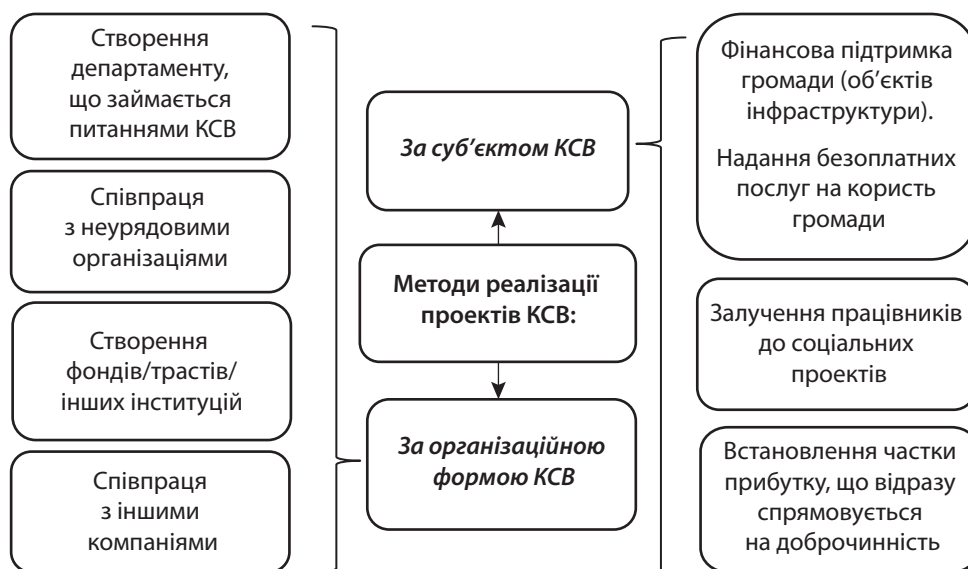


Рис. 1. Методи реалізації проектів корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: розроблено на основі [33; 34].

Крім того, як правило, такі департаменти мають Комітет з питань КСВ, який складається з трьох або більше директорів, серед яких мінімум один має бути незалежним. Комітет з питань КСВ формує політику щодо КСВ, рекомендує заходи щодо КСВ і контролює витрати на їх реалізацію.

2. *Співпраці з неурядовими (громадськими, благодійними) організаціями.* Неурядові організації, як правило, не мають достатньо фінансових та інформаційних ресурсів на вирішення соціальних питань. Разом із тим, неурядові організації здатні ефективніше використовувати надані бізнесом ресурси на подолання соціальних проблем порівняно з бізнесом, який, перш за все, орієнтований на максимізацію прибутку.

3. *Створення фондів/трастів/інших інституцій.* Приватна компанія створює фонд/траст або інституцію іншої організаційної форми, яка виконує соціальні функції компанії. Така підрядна організація має окремий бюджет і чітко прописані проекти, на які будуть спрямовані ресурси. Крім того, бізнес повинен створити механізм нагляду за використанням фінансових ресурсів.

4. *Співпраці з іншими компаніями.* Компанії кооперуються задля реалізації великих проектів (таких як будівництво шкіл, лікарень та інших соціальних інституцій) та досягнення синергетичного ефекту у вигляді зменшення витрат.

5. *Фінансування державних фондів соціального захисту* [33].

Разом із тим, суб'єктом КСВ може бути безпосередньо бізнес-структура, працівники компанії або споживачі. За умови, коли актором є бізнес, КСВ може бути реалізована такими методами:

1) надання фінансової підтримки місцевій громаді. Цей метод передбачає фінансування музеїв, міс-

цевих спортивних клубів, театральних гуртків, хорів та інших місцевих соціальних програм;

2) надання безоплатних послуг на користь громади. Специфіка надання послуг залежить від галузі, у якій функціонує бізнес. Так, фінансова компанія може запропонувати громаді тренінги щодо фінансової обізнаності.

Разом із тим, якщо суб'єктом КСВ виступають співробітники, тоді методом реалізації її принципів є:

3) залучення працівників до соціальних проектів – заохочення працівників брати участь у вирішенні соціальних проектів шляхом доброчинності чи волонтерства. Водночас можлива ситуація, коли обов'язок бути соціально відповідальним частково делегується на споживачів. Тобто,

4) компанія визначає частку прибутку, що відразу спрямовується на доброчинність. Як правило, компанії, що дотримуються даного методу, інформують своїх споживачів щодо частки від витраченої ними суми, яка буде направлена на вирішення соціальних проблем [34].

ВИСНОВКИ

Таким чином, проведене дослідження дало змогу виокремити два етапи розвитку наукових підходів до визначення сутності КСВ, а саме: традиційний (XX ст.), для якого специфічними є «обов'язковість» та орієнтація на економічну ефективність як передумову соціальної відповідальності бізнесу; та сучасний (XXI ст.), який характеризується «добровільністю» соціальної відповідальності, доданням довілля та місцевої громади до кола зацікавлених сторін, визначенням КСВ як довгострокової стратегії розвитку бізнесу.

Аналіз сучасних авторських підходів до визначення сутності КСВ дав можливість сформулювати її уніфіковане визначення у широкому розумінні – як

ведення комерційної діяльності з урахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін (працівників, споживачів, постачальників, партнерів та довкілля) та в межах норм чинного законодавства; та у вузькому розумінні – як участь бізнесу у проектах, спрямованих на вирішення нагальних соціальних (екологічних) проблем і підвищення рівня добробуту місцевих громад і суспільства в цілому.

Крім того, вивчення принципів КСВ дало змогу виокремити універсальні з них, а саме: забезпечення та захист прав усіх зацікавлених сторін; етичність, відкритість, підзвітність ведення бізнесу та в межах законодавчих норм; урахування інтересів та очікувань усіх зацікавлених осіб у процесі прийняття бізнес-рішень; екологізація комерційної діяльності.

Разом із тим, дослідження показало, що методи реалізації КСВ різняться залежно від організаційної форми та суб'єктів, що безпосередньо беруть участь у вирішенні соціальних проблем. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Bowen H.** Social Responsibilities of the Businessman. New York : Harper&Row, 1953. 270 с.
2. **Friedman M.** The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. September 13. 1970. P. 122–124.
3. **Davis K., Blomstrom R. L.** Business, Society, and Environment: Social Power and Social Response. New York : McGraw-Hill, 1971. 460 с.
4. **Fitch H. G.** Achieving Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*. 1976. Vol. 1. No. 1. P. 38–47.
5. **Баюра Д.** Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління. *Україна: аспекти праці*. 2009. № 1. С. 21–25.
6. **Яневич Н. Я.** Соціальні інвестиції: сутність і класифікація. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Логістика»*. 2010. № 690. С. 144–150.
7. **Фірсова С.** Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: маркетинговий аспект. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2011. № 121–122. С. 73–76.
8. **Безчотнікова С. В.** Корпоративна соціальна відповідальність в системі PR-комунікацій бізнесу: український досвід та перспективи. *Інформаційне суспільство*. 2013. Вип. 18. С. 45–49.
9. **Ярова В. В.** Теоретико-методологічні підходи до вивчення соціальної відповідальності бізнесу. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2013. № 5. С. 185–196.
10. **Лебедев І. В.** Забезпечення сталого розвитку на засадах корпоративної соціальної відповідальності. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 1. С. 106–116.
11. **Діденко О. М.** Корпоративна соціальна відповідальність як невід'ємна складова функціонування сучасного банку. *Вісник Української академії банківської справи*. 2014. № 1. С. 14–18.
12. **Бурковська А. В., Лункіна Т. І.** Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2015. Вип. 4. С. 38–43.
13. **Гришнова О., Магдич І.** Економічна доцільність та пріоритетні напрями активізації соціальних інвестицій підприємств. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2016. № 5. С. 13–18.
14. **Гражевська Н., Мостепанюк А.** Корпоративна соціальна відповідальність як чинник нагромадження новітніх форм капіталу в сучасній ринковій економіці. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2018. № 2. С. 12–19. DOI: 10.17721/1728-2667.2018/197-2/2.
15. **Галушка З.** Вплив соціальних інновацій на модернізацію економічних відносин. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2019. № 2. С. 6–11.
16. **Гальчак Х. Р.** Забезпечення сталого розвитку підприємства як основа формування соціальної відповідальності. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2016. № 847. С. 69–74.
17. Organisation for Economic Co-operation and Development. The OECD Guidelines for Multinational Enterprises. 2012. URL: <http://www.oecd.org/daf/inv/mne/48004323.pdf>
18. United Nations Global Compact. The Ten Principles of the UN Global Compact. URL: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
19. Practical overview of the linkages between ISO 26000:2010, Guidance on social responsibility and OECD Guidelines for Multinational Enterprises. 2017. URL: http://iso26000.info/wp-content/uploads/2017/02/ISO-26000_and_OECD_Guidelines_MNE_PPO_v1.pdf
20. Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу в Україні від 16.12.2005 р. : затв. рішенням громадського об'єднання «Форум соціально-відповідального бізнесу України».
21. **Яковенко О. П.** Визначення базових категорій соціальної відповідальності. *Бізнес Інформ*. 2014. № 6. С. 13–18.
22. **Божкова В. В., Сагер Л. Ю.** Соціально-відповідальний бізнес як один із напрямків поліпшення іміджу вітчизняних суб'єктів господарювання. *Механізм регулювання економіки*. 2010. № 1. С. 145–152.
23. **Carroll A. B.** Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. 2016. Vol. 1. No. 3. P. 1–8.
24. **Котлер Ф., Лі Н.** Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / пер. з англ. Київ : Стандарт, 2005. 302 с.
25. **Мельник С.** Становлення соціально орієнтованого бізнесу в Україні як складова державної соціальної політики. *Україна: аспекти праці*. 2008. № 5. С. 32–36.
26. **Волосковець Н. Ю.** Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2010. Вип. 17. С. 125–130.
27. **Гальчак Х. Р.** Соціальна відповідальність бізнесу в ринкових умовах господарювання. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2011. № 698 : Проблеми економіки та управління. С. 140–146.
28. **Харламова А. О.** Корпоративна соціальна відповідальність – необхідний чинник формування корпоративної стратегії. *Ефективна економіка*. 2012. № 9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1410>
29. **Колот А. М.** Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Економічна теорія*. 2013. № 4. С. 5–26.

30. Осовська Г. В., Юшкевич О. О., Завадський Й. С. Економічний словник. Київ : Кондор, 2007. 358 с.

31. The Giving Machine. Corporate Social Responsibility – A Simple Guide. URL: <https://www.thegivingmachine.co.uk/corporate-social-responsibility-simple-guide/>

32. Krohn S. Four Types of Corporate Social Responsibility // Bizfluent. 2018. URL: <https://bizfluent.com/info-8117691-four-types-corporate-social-responsibility.html>

33. Bala M. A Comparative Study of Methods of CSR Implementation in Indian Context. *International Journal of Management*. 2015. Vol. 6. Issue 1. P. 5–18. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/92a5/b5507e659d74a76f1bad794071bed5015bfe.pdf>

34. Paljug K. Giving Back: 4 Ways Your Company Can Do Good // Business News Daily. 2017. URL: <https://www.businessnewsdaily.com/10184-social-responsibility-ways-to-give-back.html>

REFERENCES

Baiura, D. "Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist u systemi korporativnogo upravlinnia" [Corporate Social Responsibility in the Corporate Governance System]. *Ukraina: aspekty pratsi*, no. 1 (2009): 21–25.

Bala, M. "A Comparative Study of Methods of CSR Implementation in Indian Context". *International Journal of Management*. 2015. <https://pdfs.semanticscholar.org/92a5/b5507e659d74a76f1bad794071bed5015bfe.pdf>

Bezhotnikova, S. V. "Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist v systemi PR-komunikatsii biznesu: ukrainskyi dosvid ta perspektyvy" [Corporate Social Responsibility in the System of Business PR-Communications: Experience and Prospects of Ukraine]. *Informatsiine suspilstvo*, no. 18 (2013): 45–49.

Bowen, H. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper&Row, 1953.

Bozhkova, V. V., and Saher, L. Yu. "Sotsialno-vidpovidalnyi biznes yak odyn iz napriamkiv polipshennia imidzhu vitchyznianskykh subiektiv hospodariuvannia" [Socially Responsible Business as one of the Ways of Improving the Image of Domestic Business Entities]. *Mekhanizm rehulivannia ekonomiky*, no. 1 (2010): 145–152.

Burkovska, A. V., and Lunkina, T. I. "Rozvytok korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti v Ukraini" [Development of Corporate Social Responsibility in Ukraine]. *Visnyk ahrarnoi nauky Prychornomoria*, no. 4 (2015): 38–43.

Carroll, A.B. "Carroll's pyramid of CSR: taking another look". *International Journal of Corporate Social Responsibility*, vol. 1, no. 3 (2016): 1–8.

Davis, K., and Blomstrom, R. L. *Business, Society, and Environment: Social Power and Social Response*. New York: McGraw-Hill, 1971.

Didenko, O. M. "Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak nevidiemna skladova funktsionuvannia suchasnoho банку" [Corporate Social Responsibility as an Integral Part of the Functioning of a Modern Bank]. *Visnyk Ukrainkoi akademii bankivskoi spravy*, no. 1 (2014): 14–18.

Firsova, S. "Sotsialna vidpovidalnist biznesu v Ukraini: marketynhovyi aspekt" [Corporate Social Responsibility in Ukraine: Marketing Aspect]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Seriya «Ekonomika»*, no. 121–122 (2011): 73–76.

Fitch, H. G. "Achieving Corporate Social Responsibility". *Academy of Management Review*, vol. 1, no. 1 (1976): 38–47.

Friedman, M. "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits". *The New York Times Magazine*, September 13 (1970): 122–124.

Halchak, Kh. R. "Sotsialna vidpovidalnist biznesu v rynkovykh umovakh hospodariuvannia" [Corporate Social Responsibility in Market Economy]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha»*, no. 698: Problemy ekonomiky ta upravlinnia (2011): 140–146.

Halchak, Kh. R. "Zabezpechennia staloho rozvytku pidpriumstva yak osnova formuvannia sotsialnoi vidpovidalnosti" [Ensuring Sustainable Development of an Enterprise as a Prerequisite for Social Responsibility]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha»*, no. 847 (2016): 69–74.

Halushka, Z. "Vplyv sotsialnykh innovatsii na modernizatsiiu ekonomichnykh vidnosyn" [Influence of Social Innovations on Modernization of Economic Relations]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Seriya «Ekonomika»*, no. 2 (2019): 6–11.

Hrazhevska, N., and Mostepaniuk, A. "Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak chynnyk nahromadzhennia novitnykh form kapitalu v suchasni rynkovii ekonomitsii" [Corporate Social Responsibility as a Factor of Accumulation of Novel Forms of Capital in the Contemporary Market Economy]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Seriya «Ekonomika»*, no. 2 (2018): 12–19. DOI: 10.17721/1728-2667.2018/197-2/2

Mrishnova, O., and Mahdych, I. "Ekonomichna dotsilnist ta priorytetni napriamy aktyvizatsii sotsialnykh investytsii pidpriumstv" [Economic Feasibility and Priority Directions of Activation of Social Investments of the Enterprises]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Seriya «Ekonomika»*, no. 5 (2016): 13–18.

Kharlamova, A.O. "Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist – neobkhidnyi chynnyk formuvannia korporativnoi stratehii" [Corporate Social Responsibility is a Necessary Factor in Shaping Corporate Strategy]. *Efektivna ekonomika*. 2012. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1410>

Kolot, A. M. "Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: evoliutsiia ta rozvytok teoretichnykh pohliadiv" [Corporate Social Responsibility: The Evolution and the Development of the Theoretical Views]. *Ekonomichna teoriia*, no. 4 (2013): 5–26.

Kotler, F., and Li, N. *Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist. Yak zrobyty yakomoha bilshe dobra dlia vashoi kompanii ta suspilstva* [Corporate Social Responsibility. How to do the Best Possible for Your Company and Society]. Kyiv: Standart, 2005.

Krohn, S. "Four Types of Corporate Social Responsibility". Bizfluent. 2018. <https://bizfluent.com/info-8117691-four-types-corporate-social-responsibility.html>

Lebediev, I. V. "Zabezpechennia staloho rozvytku na zadakh korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti" [Providing Sustainable Development Through Corporate Social Responsibility]. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 1 (2013): 106–116.

"Memorandum pro sotsialnu vidpovidalnist biznesu v Ukraini vid 16.12.2005 r.: zatv. rishenniam hromadskoho obiednannia «Forum sotsialno-vidpovidalnoho biznesu Ukrainy»" [Memorandum on Corporate Social Responsibility in Ukraine Dated December 16, 2005: Approved by the Decision of the Public Association "Forum of Socially Responsible Business of Ukraine"].

Melnyk, S. "Stanovlennia sotsialno oriientovanoho biznesu v Ukraini yak skladova derzhavnoi sotsialnoi polityky" [Formation of Socially Oriented Business in Ukraine as a Component of State Social Policy]. *Ukraina: aspekty pratsi*, no. 5 (2008): 32–36.

"Organisation for Economic Co-operation and Development. The OECD Guidelines for Multinational Enterprises. 2012". <http://www.oecd.org/daf/inv/mne/48004323.pdf>

Osovka, H. V., Yushkevych, O. O., and Zavadskyi, I. S. *Ekonomichnyi slovnyk* [Economic Dictionary]. Kyiv: Kondor, 2007.

"Practical overview of the linkages between ISO 26000:2010, Guidance on social responsibility and OECD Guidelines for Multinational Enterprises. 2017". http://iso26000.info/wp-content/uploads/2017/02/ISO-26000_and_OECD_Guidelines_MNE_PPO_v1.pdf

Paljug, K. "Giving Back: 4 Ways Your Company Can Do Good". Business News Daily. 2017. <https://www.businessnewsdaily.com/10184-social-responsibility-ways-to-give-back.html>

"The Giving Machine. Corporate Social Responsibility – A Simple Guide". <https://www.thegivingmachine.co.uk/corporate-social-responsibility-simple-guide/>

"United Nations Global Compact. The Ten Principles of the UN Global Compact". <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>

Voloskovets, N. Yu. "Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist pidprijemstv yak osnova innovatsiinoho rozvytku suchasnoi ekonomiky" [Corporate Social Responsibility of Enterprises as the Basis of the Innovative Development of the Contemporary Economy]. *Naukovi pratsi Kirovohradskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky»*, no. 17 (2010): 125-130.

Yakovenko, O. P. "Vyznachennia bazovykh katehori sotsialnoi vidpovidalnosti" [Determination of the Basic Categories of Social Responsibility]. *Biznes Inform*, no. 6 (2014): 13-18.

Yanevych, N. Ya. "Sotsialni investytsii: sutnist i klasyfikatsiia" [Social Investment: Nature and Classification]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika» «Lohistyka»*, no. 690 (2010): 144-150.

Yarova, V. V. "Teoretyko-metodolohichni pidkhody do vyvchennia sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu" [Theoretical and Methodological Approaches to Business Social Responsibility Study]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu im. V. V. Dokuchaieva. Seriya «Ekonomichni nauky»*, no. 5 (2013): 185-196.

УДК 330.1
JEL: O17; D70

ЗАХОДИ З ПОПЕРЕДЖЕННЯ МАНІПУЛЮВАННЯ СУСПІЛЬНИМИ НАСТРОЯМИ

©2019 АБРАМОВ Ф. В.

УДК 330.1
JEL: O17; D70

Абрамов Ф. В. Заходи з попередження маніпулювання суспільними настроями

Метою статті є визначення потенційних заходів з попередження маніпулювання суспільними настроями та оцінка їх ефективності. Показано, що свобода слова та незалежність ЗМІ не лише не запобігають поширенню маніпулювання суспільними настроями, але й спрощують процес утворення умов, сприятливих для маніпулювання. Наведено потенційні заходи з попередження маніпулювання суспільними настроями, що можуть бути розділені на три основні групи: репресивні заходи, політика комплексного розв'язання загальної проблеми та заходи з підвищення освіченості суспільства. Проаналізовано ефективність зазначених заходів з попередження маніпулювання та перспективи їх застосування. Доведено, що репресивні заходи є найменш ефективними через їх неспроможність усунути можливості для маніпулювання та надзвичайну складність виявлення та доведення факту маніпулювання. Також виявлено, що у випадку, коли занепокоєння суспільства проблемою маніпулювання суспільними настроями досягає певного рівня, виникає ризик того, що такі репресивні заходи самі перетворюються на інструмент маніпулювання або на його початкових етапах. Показано, що заходи з підвищення освіченості суспільства є єдиною групою заходів, що спроможні усунути саму можливість створення сприятливих умов для маніпулювання суспільними настроями. Разом із тим встановлено, що основною перешкодою для застосування даної групи заходів з попередження маніпулювання суспільними настроями є високий рівень витрат, що складаються з: безпосередніх витрат уряду з надання додаткових освітніх послуг; витрат здобувачів освіти на засвоєння додаткових курсів; транзакційних витрат примусу до дотримання вимог освітніх бюрократичних процедур і втрат економіки від неефективного використання робочої сили.

Ключові слова: маніпулювання, суспільні настрої, транзакційні витрати.

DOI:

Бібл.: 8.

Абрамов Федір Володимирович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри загальної економічної теорії, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» (вул. Кирпичова, 2, Харків, 61002, Україна)

E-mail: Abramov@kpi.kharkov.ua

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4825-3974>

УДК 330.1
JEL: O17; D70

UDC 330.1
JEL: O17; D70

Абрамов Ф. В. Меры по предупреждению манипулирования общественными настроениями

Целью статьи является выявление потенциальных мер по предупреждению манипулирования общественными настроениями и оценка их эффективности. Показано, что свобода слова и независимость СМИ не только не предупреждают распространение манипулирования общественными настроениями, но и упрощают процесс образования условий, благоприятных для манипулирования. Приведены потенциальные меры по предупреждению манипулирования общественными настроениями, которые могут быть разделены на три основные группы: репрессивные меры, политика комплексного разрешения об-

Abramov F. V. Measures to Prevent Manipulation with Public Sentiments

The article is aimed at identifying potential measures to prevent manipulation with public sentiments and evaluating their possible efficiency. It is shown that freedom of speech and independence of the media not only do not prevent the spread of manipulation of public sentiment, but also simplify the process of creating conditions conducive to manipulation. Potential measures to prevent manipulation with public sentiments are provided, which can be divided into three main groups: repressive measures, a policy of