

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-77-61>

УДК 005.936.3-027.12(045)

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК АДАПТАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОСТІ БІЗНЕСУ

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A FACTOR IN ADAPTING TO ENSURE THE DEVELOPMENT OF AN ENTERPRISE IN THE CONTEXT OF BUSINESS INNOVATION

Васюткіна Наталія Володимирівна

доктор економічних наук, професор,
Державне некомерційне підприємство
"Державний університет "Київський авіаційний інститут"
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8546-9251>

Бабіч Богдан Євгенович

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,
Державне некомерційне підприємство
"Державний університет "Київський авіаційний інститут"
ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-3287-7652>

Vasiutkina Nataliia, Babich Bohdan

State Non-Commercial Company «State University «Kyiv Aviation Institute»

У статті розглядається корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) як стратегічний чинник адаптаційного забезпечення розвитку підприємства в умовах інноваційності бізнесу. Обґрунтовано, що впровадження принципів КСВ не лише посилює соціальну легітимність та репутаційний капітал підприємства, але й формує організаційну гнучкість, зміцнює довіру стейкхолдерів і стимулює інноваційну активність. Аналіз сучасних національних та міжнародних практик показав, що соціально відповідальна бізнес-модель сприяє створенню стійких адаптаційних механізмів, орієнтованих на підвищення конкурентоспроможності та реалізацію інноваційного потенціалу підприємства. Досліджено вплив моделей КСВ, зокрема ієрархічної, матриці внутрішньої та зовнішньої відповідальності, рамкової моделі інтеграції, моделі КСВ у контексті зеленої економіки, на адаптаційний розвиток підприємства. Запропоновано практичні підходи до інтеграції КСВ у стратегічне управління як інструменту адаптації до викликів зовнішнього середовища.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, адаптаційне забезпечення, розвиток підприємства, стратегічне управління, соціальна ефективність.

The article considers corporate social responsibility (CSR) as a strategic factor in ensuring the adaptive development of an enterprise in the context of business innovation. It is argued that the implementation of CSR principles not only strengthens the social legitimacy and reputational capital of the enterprise, but also shapes organizational flexibility, strengthens stakeholder trust, and stimulates innovative activity. An analysis of current national and international practices has shown that a socially responsible business model contributes to the creation of sustainable adaptation mechanisms aimed at increasing competitiveness and realizing the innovative potential of the enterprise. The influence of CSR models, in particular hierarchical, internal and external responsibility matrix, framework integration model, CSR model in the context of green economy, on the adaptive development of the enterprise has been studied. It has been proven that for Ukrainian enterprises operating in conditions of war and recovery, CSR is becoming particularly relevant as a mechanism for social consolidation and economic adaptation. Corporate social responsibility has evolved from predominantly environmental and socio-economic programs to direct, systematic, and targeted support for national security, humanitarian initiatives, and the restoration of the country's human potential. In Ukraine, CSR is becoming increasingly important as a tool for improving the competitiveness

of enterprises through their innovative development, namely: enhancing reputation and trust, which creates a solid foundation for adaptation; the formation of innovative strategies that take into account social and environmental challenges; improved interaction with stakeholders through active dialogue with all groups; and improved internal human resource management processes through the implementation of socially responsible practices. Practical approaches to implementing CSR in strategic management as a tool for adapting to dynamic changes are proposed. Emphasis is placed on the need to assess the effectiveness of CSR, adapt best international practices to national conditions, and develop flexible management models that harmonize social, environmental, and economic priorities. The results of the study confirm that CSR is an important component of a modern enterprise strategy that ensures stability, competitiveness, and sustainable innovation.

Keywords: corporate social responsibility, adaptive support, enterprise development, strategic management, social effectiveness.

Постановка проблеми. Сучасний бізнес перебуває в умовах стрімких технологічних змін і зростаючій конкуренції, що вимагає від підприємств гнучкості та здатності швидко адаптуватися до нових викликів. Важливим за таких умов є інноваційність бізнесу, що ставить перед підприємствами завдання пов'язані не тільки з необхідністю впровадження нових технологій, а й враховувати екологічні та соціальні аспекти своєї діяльності. Отже, у бізнес-середовищі соціальна відповідальність перестала бути просто гарною ініціативою, вона стала обов'язковою складовою успішної кампанії. Після 24 лютого 2024 року ця тенденція в Україні проявляється з більшою інтенсивністю, так бізнес бере активну участь у захисті країни та підтримці суспільства під час повномасштабного вторгнення. Сьогодні можна спостерігати, як корпоративна соціальна відповідальність перетворюється з додаткового бонусу на стратегічний інструмент бізнесу, який формує довіру клієнтів і партнерів, підвищує лояльність співробітників, створює додаткові конкурентні переваги, забезпечує стабільність у довгостроковій перспективі. У цьому контексті корпоративна соціальна відповідальність виступає як важливий механізм адаптації, що дозволяє підприємствам не лише відповідати очікуванням зацікавлених сторін, але й підвищувати конкурентоспроможності залучати інвестиції та забезпечувати сталий розвиток.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання соціальної відповідальності у сфері прийняття рішень, які є вигідними для суспільства розглянуті Г. Боуеном [підвищення лояльності та довіру до компанії];

- розвиток кадрового потенціалу на підприємстві, забезпечення лояльності персоналу;
- відповідність нормам і стандартам світового економічного співробітництва;
- створення безпечного середовища для діяльності та розвитку підприємства за допомогою власної корпоративної політики.

Отже, впровадження соціальної відповідальності приносить такі переваги підприємству, як зростання лояльності та довіри, що вказує на прихильність клієнтів та партнерів. Відповідність світовим стандартам вказує на дотримання принципів соціальної відповідальності та допомагає підприємствам відповідати міжнародним нормам і стандартам економічного співробітництва. Формування безпечного середовища дозволяє створити безпечні умови для подальшого розвитку підприємства.

Як зазначають Пілецька С. та Ареф'єв С. [покращення ефективності бізнес-процесів і виявлення нових можливостей для зростання;

- зростання вартості нематеріальних активів;
- підвищення мотивації та продуктивності працівників;
- зменшення операційних ризиків і витрат завдяки прозорості та відповідальності;
- зміцнення довгострокових партнерських відносин.

Підприємства, які дотримуються КСВ запускають ініціативи у таких напрямках:

1. Екологічна відповідальність – є однією з найпоширеніших форм КСВ. Завдяки цьому підприємства можуть мінімізувати забруднення навколишнього середовища, ощадливо використовувати ресурси, компенсувати негативний вплив на природу через висадку дерев або інвестицій у зелені технології.

2. Етична відповідальність проявляється у справедливому ставленні до всіх зацікавлених сторін: керівників, інвесторів, співробітників, постачальників та клієнтів.

3. Філантропічна відповідальність означає безкорисливу допомогу тих, хто цього потребує. Так, підприємства можуть долучатися до благодійності, запускати волонтерські ініціативи серед співробітників на підтримку різноманітних соціальних проєктів.

4. Економічна відповідальність характеризує діяльність за якої підприємства поєднує всі свої фінансові рішення із зобов'язання робити внесок у розвиток суспільства у всіх сферах, тобто кінцевою метою є не лише збільшити прибуток власників, а й переконатися, що всі бізнес-операції позитивно впливають на довкілля, суспільство та людей.

Різні моделі КСВ суттєво впливають на адаптаційний розвиток підприємства, оскільки визначають пріоритети, інструменти управління та взаємодію з зацікавленими сторонами (табл. 1).

Таким чином, ключові аспекти впливу моделей КСВ на адаптаційний розвиток підприємства полягають у забезпеченні балансу економічних, соціальних та екологічних цілей, визначенні пріоритетів КСВ для ефективного розподілу ресурсів, інтеграції глобальних цілей у стратегію, впровадження екологічних інновацій та підвищення ефективності управління ризиками і репутацією [10; 19; 21; 22].

Наведені аспекти чітко показують, що впровадження та використання моделей КСВ є не просто доброю практикою, а стратегічним фактором для адаптаційного розвитку. КСВ формують цілісну систему, яка дозволяє підприємствам не тільки відповідати очікуванням суспільства, а й активно використовувати соціальну та екологічну відповідальність як драйвер власного розвитку, підвищуючи їх адаптивність та стійкість у довгостроковій перспективі.

Для українських підприємств, які функціонують в умовах війни та відновлення, КСВ

стає особливо актуальною як механізм соціальної консолідації та економічної адаптації. Сьогодні класичні аспекти соціальної відповідальності відійшли на другий план, а на перший план виходять такі [24]:

- фінансова допомога на підтримку ЗСУ, закупівля обладнання, медичних засобів, та іншої необхідної техніки;
- фінансова допомоги у вигляді крупних інвестицій у гуманітарну допомогу постраждалим від війни українцям;
- гуманітарна допомога у вигляді матеріальної допомоги у вигляді продуктів харчування, обладнання, транспортних засобів тощо;
- сприяння ветеранам за допомогою програм соціальної підтримки ветеранів, забезпечуючи їм можливості для трудової реабілітації, навчання та інших соціальних послуг;
- організація благодійних заходів, через збір коштів на потреби армії;
- психологічна підтримка ветеранам та їх родинам, сприяючи їх адаптації до цивільного життя;
- психологічна підтримка постраждалим від війни та підтримка співробітникам підприємства.

Отже, у сучасних умовах, особливо зважаючи на агресію росії проти України, класичні аспекти КСВ значно трансформувалися, на перший план вийшли напрямки, безпосередньо пов'язані з підтримкою країни та населення, що постраждали від війни. Таким чином, в умовах війни соціальна відповідаль-

Таблиця 1

Вплив моделей КСВ на адаптаційний розвиток підприємств

Модель КСВ	Вплив на адаптаційний розвиток підприємства
Ієрархічна модель	Забезпечує баланс між трьома ключовими сферами сталого розвитку, що сприяє довготривалій життєздатності підприємства через інтегроване управління соціальними, економічними та екологічними аспектами.
Матриця внутрішньої та зовнішньої відповідальності	Дозволяє підприємству визначити пріоритети КСВ відповідно до характеру стратегії, враховуючи як внутрішні (працівники, корпоративна культура), так і зовнішні (споживачі, суспільство) чинники, що підвищує ефективність всіх ініціатив.
Рамкова модель інтеграції	Сприяє узгодженню бізнес-процесів із глобальними цілями сталого розвитку, що підвищує соціальний та екологічний вплив підприємства, а також покращує залучення стейкхолдерів через стратегічні партнерства та діалог.
Модель КСВ у контексті зеленої економіки	Орієнтує підприємство на зменшення екологічного впливу, оптимізацію ресурсів і впровадження «зелених» технологій, що підвищує конкурентоспроможність і сприяє розвитку через екологічну відповідальність.

Джерело: сформовано авторами на основі [15; 21; 22; 23]

ність бізнесу еволюціонувала від переважно екологічних та соціально-економічних програм до прямої, системної та цілеспрямованої підтримки національної безпеки, гуманітарних ініціатив та відновлення людського потенціалу країни. Це свідчить про глибоку інтеграцію бізнесу в загальнонаціональні зусилля для подолання наслідків війни.

В Україні КСВ набуває все більшого значення як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств через їх інноваційний розвиток. В умовах інноваційності бізнесу КСВ сприяє адаптації підприємства через [підвищення репутації та довіри, що створює міцний фундамент для адаптації, оскільки висока репутація дозволяє компанії легше долати кризи, залучати таланти та отримувати доступ до фінансових ресурсів. В умовах інноваційності, довіра є вирішальною для швидкого впровадження нових технологій та виходу на нові ринки;

- формування інноваційних стратегій, які враховують соціальні та екологічні виклики, стимулюють розвиток соціальних інновацій і технологічних рішень;

- поліпшення взаємодії із стейкхолдерами передбачає активний діалог з усіма групами, які впливають на діяльність підприємства, що дозволяє оперативно отримувати інформацію про зміни в зовнішньому середовищі, передбачати нові потреби на ризики, а також швидше адаптувати свої стратегії до змін. Це створює сприятливі умови для інновацій, оскільки зацікавлені сторони можуть виступити джерелом нових ідей;

- покращення внутрішніх процесів управління персоналом через впровадження соціально відповідальних практик, що підвищують мотивацію і професійний розвиток співробітників;

- зміцнення фінансової стабільності та інноваційної привабливості проявляється у тому, що підприємства, які впроваджують КСВ, часто демонструють вищу фінансову стійкість, так як мають значні конкурентні переваги, через які зростає зацікавленість інвесторів у фінансуванні діяльності таких підприємств.

Що стосується КСВ українських підприємств, то у воєнний період вони здійснили трансформацію з класичних соціально-економічних ініціатив у прямий внесок у національну безпеку та відновлення. На перший план вийшли підтримка ЗСУ, гуманітарна допомога, адаптація ветеранів та психологічна підтримка населення. Це не лише соціальна

відповідальність, а й стратегічний інструмент бізнесу для збереження довіри, інвестицій та конкурентоспроможності. В умовах КСВ стала синонімом корпоративного патріотизму, де успіх компанії тісно пов'язаний із стійкістю держави.

За даними досліджень, компанії, що активно впроваджують КСВ, мають вищі показники інноваційної активності. Згідно зі звітом Global Innovation Index [інтегрувати цілі та принципи КСВ у загальну бізнес-стратегію підприємства, яка має бути чіткою та відповідати місії та цінностями підприємствами;

- забезпечити підтримку КСВ на всіх рівнях управління, де керівництво повинно демонструвати особистий приклад та виділяти необхідні ресурси;

- зосередитися на тих сферах, які є найбільш релевантними для галузі та діяльності підприємства, а також відповідають потребам зацікавлених сторін;

- регулярно оцінювати ефективність КСВ та публікувати відповідні звіти, що підвищать прозорість, довіру та дозволяє вчасно коригувати стратегію;

- включати КСВ у процедури аналізу та прийняття рішень на всіх рівнях управління від стратегічного планування до операційної діяльності;

- використовувати КСВ як джерело нових ідей та стимулів для розробки інноваційних продуктів, послуг, бізнес-моделей, що відповідають соціальним та екологічним викликам.

Висновки. Корпоративна соціальна відповідальність є ефективним інструментом адаптаційного забезпечення розвитку підприємства в умовах інноваційності бізнесу. Вона сприяє формуванню інноваційних стратегій, підвищенню соціальної довіри, залученню інвестицій і зміцненню конкурентних позицій. Впровадження КСВ вимагає системного підходу і інтеграції у стратегічне управління підприємством, що забезпечує адаптаційний розвиток підприємству. Проведений аналіз дозволяє зробити наступні узагальнення щодо впливу корпоративної соціальної відповідальності на розвиток підприємства. Підприємства, що демонструють високий рівень корпоративної соціальної відповідальності, формують позитивний імідж, який підвищує їх привабливість для інвесторів і клієнтів, та сприяє зростанню фінансово потенціалу. Крім того дотримання принципів КСВ сприяє забезпеченню сталого розвитку підприємства та формуванню позитивної суспільної думки

щодо бізнесу, підвищенню рівня довіри до якості та безпеки продукції. Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність виступає вагомим чинником адаптаційного забез-

печення розвитку підприємства, що формує його стійкість, конкурентоспроможність та інноваційний потенціал у сучасних умовах господарювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Bowen H. R. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Row, 1953. 276 p.
2. Drucker P. F. *Managing the Non-Profit Organization: Practices and Principles*. New York: HarperCollins, 1990. 235 p.
3. Букреева Д. С., Денисенко К. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 38. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52> (дата звернення: 28.07.2025)
4. Ломачинська І. А., Халєєва Д. В., Шмагіна В. В. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент забезпечення соціально-економічної безпеки та соціальної інклюзії. *Ринкова економіка*. 2022. Т. 21. № 2. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1703817> (дата звернення: 28.07.2025)
5. Утеченко Д. М., Биба В. А. Актуалізація корпоративної соціальної відповідальності в моделі PR-менеджменту підприємства ринкового типу. *Електронне наукове видання «Modern Economics»*. № 50. 2025. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/actualization-of-corporate-social-responsibility/> (дата звернення: 28.07.2025)
6. Li, Y., Jiang, L., & Yang, P. (2023). How to drive corporate responsible innovation? A dual perspective from internal and external drivers of environmental protection enterprises. *Frontiers in Environmental Science*, 10, 1091859. URL: <https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.1091859> (дата звернення: 28.07.2025)
7. Shi, H., Yan, G., Cai, Q., & Tian, M. (2023). Corporate social responsibility, strategic style and enterprise innovation: Evidence from China. *Economic Research – Ekonomska Istraživanja*, 36(2), 2142808. URL: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2142808> (дата звернення: 28.07.2025)
8. Проданова, Л. В., Тодоров, П. Інноваційні підходи до реалізації корпоративної соціальної відповідальності у великому бізнесі: успішні кейси та основні тенденції. *Приазовський економічний вісник*. 2023. № 2(34), С. 60–66. URL: <https://doi.org/10.32782/2522-4263/2023-2-11> (дата звернення: 30.07.2025)
9. Храпкіна, В. В., Тиран, О. В. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності у діяльності сучасної української компанії. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2022. № 2(125). С. 119–124. URL: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2022-2-19> (дата звернення: 30.07.2025)
10. Лінгур Л. М. Роль корпоративної соціальної відповідальності у формуванні стратегії розвитку підприємства: сучасний підхід. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 49. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-11> (дата звернення: 30.07.2025)
11. Piletska S., Arefiev S. The mechanism of corporate management of the enterprise financial capacity. *Journal of Corporate Responsibility and Leadership*. 2020. Vol. 7, Issue 4. P. 43–58. URL: <http://jcr.l.umk.pl/journal/archive> (дата звернення: 30.07.2025)
12. Соціальна відповідальність бізнесу. URL: https://vue.gov.ua/Соціальна_відповідальність_бізнесу (дата звернення: 30.07.2025)
13. Davis K. The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*. 1973. Vol. 16, No. 2. P. 312–322.
14. Carroll A. B. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*. 1991. Vol. 34, No. 4. P. 39–48.
15. Бочарова Н. А., Федотова І. В. Дослідження КСВ як основи концепції сталого розвитку підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2020. № 36. URL: DOI: 10.30977/ETK.2225-2304.2020.36.0.57
16. Rendtorff J. D. Stakeholder Management and Relational Economics. Towards Just and Sustainable Business Practices. *Advances in Relational Economics: Theoretical and Empirical Approaches*. Springer. 2025. URL: DOI: 10.1007/978-3-031-75725-9_5
17. Porter M. E., Kramer M. R. Creating shared value. *Harvard Business Review*. 2011. Vol. 89 (1/2). P. 62–77.
18. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. 1970. September 13. P. 122–124.
19. Davis K., Blomstrom R. L. *Business, Society, and Environment: Social Power and Social Response*. New York: McGraw-Hill, 1971. 460 p.
20. 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.

21. Шеремета А., Лункіна Т. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент підвищення ефективності управління підприємством: теоретичні підходи та практичний вплив. *Сталий розвиток економіки*. 2025. № 3 (54). С. 181–184. URL: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-54-27> (дата звернення: 05.08.2025)
22. Охріменко О. О., Фоменко Д. В., Ситайло У. В. Інтеграція цілей сталого розвитку ООН у бізнес-стратегії корпоративної соціальної відповідальності: виклики та можливості консалтингу. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2024. № 10. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13326287> (дата звернення: 05.08.2025)
23. Живко М. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті зеленої економіки. *Економічний аналіз*. 2024. Т. 34. № 1. С. 292–304. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/download/6010/6565657364> (дата звернення: 05.08.2025)
24. Соціально-відповідальний бізнес: що це і як це працює сьогодні в Україні? URL: <https://www.forfuture.life/blog/socialno-vidpovidalny-biznes-shcho-ce-i-yak-vono-pracyuie-sogodni-v-ukrayini> (дата звернення: 05.08.2025)
25. Global Innovation Index. 2023. URL: <https://www.wipo.int/en/web/global-innovation-index/2023/index> (дата звернення: 05.08.2025)
26. Длугопольський О., Олійник Д. Соціальна відповідальність бізнесу: приклади розвинутих країн світу для України. *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*. 2020. № 2(6). С. 265–273.

REFERENCES:

1. Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper & Row.
2. Drucker, P. F. (1990). *Managing the non-profit organization: Practices and principles*. New York: HarperCollins.
3. Bukreieva D. S., Denysenko K. (2022) Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak osnova zabezpechennia dilovoi aktyvnosti pidpriemstv: yevrointehratsiyni aspekt [Social responsibility of business as the basis for ensuring business activity of enterprises: the European integration aspect]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*. Vyp. 38. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52> (accessed July 28, 2025)
4. Lomachynska I. A., Khalieieva D. V., Shmahina V. V. (2022) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak instrument zabezpechennia sotsialno-ekonomichnoi bezpeky ta sotsialnoi inkluzii [Corporate social responsibility as a tool for ensuring socio-economic security and social inclusion]. *Rynkova ekonomika – Market Economy*. T. 21. № 2. Available at: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1703817> (accessed July 28, 2025)
5. Utechenko D. M., Byba V. A. (2025) Aktualizatsiia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti v modeli PR-menedzhmentu pidpriemstva rynkovoho typu [Actualization of corporate social responsibility in the PR management model of a market-type enterprise]. *Elektronne naukove vydannia «Modern Economics» – Electronic scientific publication “Modern Economics”*. vol. 50. Available at: <https://modecon.mnau.edu.ua/actualization-of-corporate-social-responsibility/> (accessed July 28, 2025)
6. Li, Y., Jiang, L., & Yang, P. (2023) How to drive corporate responsible innovation? A dual perspective from internal and external drivers of environmental protection enterprises. *Frontiers in Environmental Science*, 10, 1091859. Available at: <https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.1091859> (accessed July 28, 2025)
7. Shi, H., Yan, G., Cai, Q., & Tian, M. (2023) Corporate social responsibility, strategic style and enterprise innovation: Evidence from China. *Economic Research – Ekonomska Istraživanja*, 36(2), 2142808. Available at: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2142808> (accessed July 28, 2025)
8. Prodanova, L. V., & Todorov, P. (2023) Innovatsiini pidkhody do realizatsii korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti u velykomu biznesi: uspishni keisy ta osnovni tendentsii [Innovative approaches to implementing corporate social responsibility in big business: successful cases and key trends]. *Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk – Priazovsky Economic Bulletin*, vol. 2(34), pp. 60–66. Available at: <https://doi.org/10.32782/2522-4263/2023-2-11> (accessed July 30, 2025)
9. Khrapkina, V. V., & Tyran, O. V. (2022) Rozvytok korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti u diialnosti suchasnoi ukrainskoi kompanii. [Development of corporate social responsibility in the activities of modern Ukrainian companies]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Ekonomika ta pidpriemnytstvo – State and Regions. Series: Economics and Entrepreneurship*, vol. 2(125), pp. 119–124. Available at: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2022-2-19> (accessed July 30, 2025)
10. Linhur L. M. (2023) Rol korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti u formuvanni stratehii rozvytku pidpriemstva: suchasnyi pidkhid [The role of corporate social responsibility in shaping enterprise development strategy: a modern approach]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economics and Society*. vol. 49. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-11> (accessed July 30, 2025)

11. Piletska, S., & Arefiev, S. (2020). The mechanism of corporate management of the enterprise financial capacity. *Journal of Corporate Responsibility and Leadership*, vol. 7(4), pp. 43–58. Available at: <http://jcr.l.umk.pl/journal/archive> (accessed July 30, 2025)
12. Sotsialna vidpovidalnist biznesu [Social responsibility of business]. Available at: https://vue.gov.ua/Соціальна_відповідальність_бізнесу (accessed July 30, 2025)
13. Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*, vol. 16(2), pp. 312–322.
14. Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, vol. 34(4), pp. 39–48.
15. Bocharova N. A., Fedotova I. V. (2020) Doslidzhennia KSV yak osnovy kontseptsii staloho rozvytku pidpriemstva [Research on CSR as the basis for the concept of sustainable development of an enterprise]. *Ekonomika transportnoho kompleksu - Economics of the Transport Complex*, vol. 36. Available at: <https://doi.org/10.30977/ETK.2225-2304.2020.36.0.57> (accessed July 30, 2025)
16. Rendtorff, J. D. (2025). Stakeholder management and relational economics: Towards just and sustainable business practices. In *Advances in Relational Economics: Theoretical and Empirical Approaches*. Springer. Available at: https://doi.org/10.1007/978-3-031-75725-9_5
17. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, vol. 89(1/2), pp. 62–77.
18. Friedman, M. (1970, September 13). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*, pp. 122–124.
19. Davis, K., & Blomstrom, R. L. (1971). *Business, society, and environment: Social power and social response*. New York: McGraw-Hill. 460 p.
20. Carroll, A. B. (2016). Carroll's pyramid of CSR: Taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, vol. 1(3), pp. 1–8.
21. Sheremeta A., Lunkina T. (2025) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak instrument pidvyshchennia efektyvnosti upravlinnia pidpriemstvom: teoretychni pidkhody ta praktychnyi vplyv [Corporate social responsibility as a tool for improving enterprise management efficiency: theoretical approaches and practical impact]. *Stalyi rozvytok ekonomiky – Sustainable economic development*, vol. 3 (54), pp. 181–184. Available at: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-54-27> (accessed August 05, 2025)
22. Okhrimenko O. O., Fomenko D. V., Sytailo U. V. (2024) Intehratsiia tsilei staloho rozvytku OON u biznes-stratehii korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: vyklyky ta mozhlyvosti konsal'tynhu [Integration of UN sustainable development goals into corporate social responsibility business strategies: challenges and opportunities for consulting]. *Zdobutky ekonomiky: perspektyvy ta innovatsii – Economic achievements: prospects and innovations*, vol. 10. Available at: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13326287> (accessed August 05, 2025)
23. Zhyvko M. (2024) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist u konteksti zelenoi ekonomiky [Corporate social responsibility in the context of the green economy]. *Ekonomichnyi analiz – Economic Analysis*, vol. 34(1), pp. 292–304. Available at: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/download/6010/6565657364> (accessed August 05, 2025)
24. Sotsialno-vidpovidalnyi biznes: shcho tse i yak tse pratsiuie sohodni v Ukraini? [Socially responsible business: what is it and how does it work in Ukraine today?]. Available at: <https://www.forfuture.life/blog/socialno-vidpovidalnyi-biznes-shcho-ce-i-yak-vono-pracyuie-sogodni-v-ukrayini> (accessed August 05, 2025)
25. *Global innovation index*. (2023). Available at: <https://www.wipo.int/en/web/global-innovation-index/2023/index> (accessed August 05, 2025)
26. Dluhopolskyi O., Oliinyk D. (2020) Sotsialna vidpovidalnist biznesu: pryklady rozvynutykh krain svitu dlia Ukrainy. [Social responsibility of business: examples from developed countries for Ukraine]. *Yevropeyskyi naukovyi zhurnal ekonomichnykh ta finansovykh innovatsii – European Scientific Journal of Economic and Financial Innovations*, vol. 2(6), pp. 265–273.