

УДК 65.012.8:338.242.2:658.1

Т. П. Близнюк,

д. е. н., професор, завідувач кафедри креативного менеджменту і дизайну,
Харківський Національний Економічний Університет імені Семена Кузнеця
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8291-4150>

К. Р. Немашкало,

к. е. н., професор, професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування,
Харківський Національний Економічний Університет імені Семена Кузнеця
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8614-750X>

Д. В. Липовий,

докторант, Інститут тваринництва Національної академії аграрних наук України
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0008-5560-9864>

DOI: 10.32702/2306-6792.2025.3.18

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПОТЕНЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ

T. Blyznyuk,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Creative Management and Design,
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

K. Nemashkalo,

PhD in Economics, Professor,
Professor of the Department of Management, Business and Administration,
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

D. Lypovyi,

Doctoral candidate, Livestock Farming Institute of National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine

THE ROLE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN ENSURING SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES: CURRENT CHALLENGES AND POTENTIAL OPPORTUNITIES

Статтю присвячено дослідженню ролі корпоративної соціальної відповідальності в забезпеченні сталого розвитку підприємства, аналізу сучасних виклики та потенційних можливостей сьогодення. Метою дослідження є аналіз, систематизація, узагальнення та удосконалення наявних теоретико-методичних засад впровадження аспектів корпоративної соціальної відповідальності задля забезпечення сталого розвитку підприємства.

У статті розглянуто концепцію корпоративної соціальної відповідальності як ключового інструменту реалізації принципів сталого розвитку підприємств. В дослідженні представлено аналіз основних теоретичних підходів до визначення сутності корпоративної соціальної відповідальності, а також досліджено місце КСВ в системі стратегічного управління бізнесом. Огляд сучасних підходів до впровадження КСВ у бізнес-процеси та досвіду провідних підприємств дозволив виявити основні переваги реалізації корпоративної соціальної відповідальності для підприємств, включаючи формування позитивного іміджу, зниження екологічного впливу, залучення талановитих працівників та побудову довгострокових партнерських відносин. Обґрунтовано значущість інтеграції соціальних, екологічних та економічних аспектів у діяльність підприємств, що сприяє забезпеченню конкурентоспроможності та підвищенню їх інвести-

ційної привабливості. Дослідження дозволило виявити основні бар'єри, які стримують ефективне впровадження КСВ, серед яких виділено недостатнє розуміння підприємствами її економічних вигод, обмежені ресурси та низький рівень обізнаності. Обґрунтовано, що подолання цих викликів можливе через активізацію державної підтримки, розробку програм стимулювання соціальної відповідальності бізнесу та підвищення рівня обізнаності серед керівників і працівників. Дослідження показало, що в умовах глобальних викликів та невизначеностей впровадження корпоративної соціальної відповідальності сприяє гармонізації інтересів бізнесу, суспільства та природи. Зокрема, інтеграція КСВ дозволяє не лише підвищувати фінансові показники, але й створювати додаткову цінність для суспільства через реалізацію соціальних ініціатив, підтримку місцевих громад і забезпечення екологічної стійкості, що в свою чергу свідчить, що корпоративна соціальна відповідальність є ефективним інструментом досягнення довгострокової стійкості підприємств та їх адаптації до змін зовнішнього середовища.

The article is devoted to exploring the role of corporate social responsibility in ensuring sustainable enterprise development, analyzing current challenges and potential opportunities. The research aims to analyze, systematize, summarize, and improve the existing theoretical and methodological foundations for implementing aspects of corporate social responsibility to ensure sustainable enterprise development.

The article examines the concept of corporate social responsibility as a key tool for implementing the principles of sustainable development in enterprises. The study provides an analysis of the main theoretical approaches to defining the essence of CSR and explores its place in the system of strategic business management. A review of modern approaches to integrating CSR into business processes and the experience of leading companies highlights the main advantages of CSR implementation for enterprises, including the formation of a positive image, reduction of environmental impact, attraction of talented employees, and establishment of long-term partnerships.

The significance of integrating social, environmental, and economic aspects into enterprise activities is substantiated, contributing to competitiveness and increased investment attractiveness. The study identifies major barriers hindering the effective implementation of CSR, such as insufficient understanding of its economic benefits, limited resources, and low awareness. It is argued that overcoming these challenges is possible through enhanced government support, development of programs to incentivize business social responsibility, and raising awareness among managers and employees.

The research demonstrates that, in the context of global challenges and uncertainties, the implementation of CSR contributes to harmonizing the interests of business, society, and the environment. In particular, CSR integration not only improves financial performance but also creates additional value for society through social initiatives, support for local communities, and ensuring environmental sustainability. This, in turn, confirms that CSR is an effective tool for achieving long-term enterprise sustainability and adapting to changes in the external environment.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, сталий розвиток підприємства, економічна ефективність, екологічна стійкість, соціальна відповідальність.

Key words: corporate social responsibility, sustainable enterprise development, economic efficiency, environmental sustainability, social responsibility.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Сучасні економічні, екологічні та соціальні умови вимагають від підприємств не лише зосередження на фінансових показниках, але й врахування впливу своєї діяльності на навколишнє середовище, суспільство та добробут майбутніх поколінь. Корпоративна соціальна відповідальність стала одним із ключових підходів до забезпечення сталого розвитку підприємств, оскільки інтегрує принципи сталості у їхню бізнес-стратегію.

Попри зростання популярності корпоративної соціальної відповідальності, її впровадження стикається з рядом викликів. Це, зокре-

ма, недостатнє розуміння підприємствами довгострокових переваг соціально відповідальної діяльності, обмеженість фінансових ресурсів для реалізації КСВ-проектів, а також відсутність єдиних стандартів оцінювання їхньої ефективності. Складнощі виникають і через відсутність інституційної підтримки та низький рівень обізнаності споживачів про важливість відповідального споживання. Потенційні можливості корпоративної соціальної відповідальності включають підвищення довіри серед зацікавлених сторін, залучення кваліфікованих кадрів, зниження операційних ризиків, а також формування доданої вартості через реалізацію принципів сталості. Однак для максимізації цих переваг необхідні науково обґрунтовані рекомендації щодо інтеграції корпоративної со-

ціальної відповідальності у стратегію підприємств, враховуючи сучасні виклики та особливості ринкового середовища.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Вагомий внесок у розвиток теоретичних положень та методичних засад провадження корпоративної соціальної відповідальності зробили численні як закордонні, так і вітчизняні дослідники. Серед них варто відзначити таких вчених, як Березіна О. Ю. [5], яка розглядає соціальні аспекти взаємодії бізнесу із суспільством, та Водницька Н. В. [6], яка зосереджується на інтеграції принципів КСВ у стратегії підприємств. Значний внесок у розроблення інструментарію оцінювання корпоративної соціальної відповідальності належить Грициній Л. А. [7].

У сфері міжнародних досліджень КСВ виділяються праці Котлера Ф. [2], який акцентує увагу на ролі соціального маркетингу, та досліджує системні підходи до сталого розвитку підприємств. В своїх дослідженнях Лагута Я. М. [4] висвітлює економічні аспекти впровадження КСВ, а Литовченко С. Є. [8] та Корсакова М. І. [8] аналізують її вплив на формування іміджу компаній. У свою чергу, Лозен А. [3] та Краутер Д. [3] досліджують питання корпоративного управління та взаємодії з ключовими стейкхолдерами. Холм А. [1] та Уотс Р. [1] роблять акцент на регіональних особливостях реалізації КСВ у контексті глобалізації. Дослідження цих вчених формують теоретико-методологічний базис для глибшого розуміння та ефективного впровадження КСВ як важливої складової сучасного бізнесу.

Незважаючи на широке висвітлення зазначеної тематики в працях провідних дослідників, деякі аспекти не розкриті в повній мірі та потребують ґрунтового аналізу, систематизації, узагальнення та удосконалення, зокрема питання ролі яку відіграє корпоративна соціальна відповідальність в процесі сталого розвитку підприємств.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Мета дослідження — аналіз, систематизація, узагальнення та удосконалення наявних теоретико-методичних засад впровадження аспектів корпоративної соціальної відповідальності задля забезпечення сталого розвитку підприємства.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

В умовах глобальних викликів та невизначеностей концепція сталого розвитку набуває

особливого значення як для суспільства загалом, так і для окремих суб'єктів господарювання. Вона забезпечує комплексний підхід до ведення бізнесу, спрямований на гармонійне поєднання економічного зростання, соціальної справедливості та екологічної стійкості. У сучасному світі підприємства, які інтегрують принципи сталого розвитку у свої стратегії, отримують конкурентні переваги, знижують ризики та підвищують довіру з боку стейкхолдерів.

Ефективне впровадження принципів сталого розвитку в діяльність підприємства передбачає врахування змін у суспільних очікуваннях, посилення екологічної відповідальності та адаптацію до обмеженості ресурсів. Це сприяє формуванню нового рівня економічного мислення, де довгострокова життєздатність підприємства визначається його здатністю гармонійно взаємодіяти із суспільством і природою.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є ключовим інструментом реалізації концепції сталого розвитку підприємств, адже вона спрямована на досягнення гармонії між економічною ефективністю, екологічною стійкістю та соціальною справедливістю. Сутність КСВ полягає в інтеграції соціальних, екологічних і економічних аспектів у стратегічне управління бізнесом, що дозволяє не лише підвищувати фінансові результати, але й створювати додаткову цінність для суспільства, громади та навколишнього середовища.

З цього приводу вчені Холм А. і Уаттс Р. в праці "Корпоративна соціальна відповідальність — сенс для бізнесу" визначають КСВ як постійну прихильність бізнесу до ведення своєї діяльності на засадах етики, що передбачає внесок у економічний розвиток, паралельно з покращенням якості життя працівників, їх сімей, місцевих громад та суспільства загалом [1]. Такий підхід до управління дозволяє підприємствам не лише зосереджуватися на досягненні фінансових цілей, а й сприяти соціальному прогресу через впровадження етичних стандартів, відповідальних практик і створення додаткової цінності для суспільства. Таким чином, КСВ підкреслює необхідність поєднання бізнес-ефективності з турботою про соціальний добробут, що є ключовим елементом сталого розвитку як окремих підприємств, так і економіки в цілому.

Котлер Ф. при визначенні КСВ вказує на вільний вибір компанії, спрямований на підвищення добробуту суспільства [2]. Це зобов'язання компанії впроваджувати етичні та соціально відповідальні підходи в процес ведення бізнесу, при цьому виділяючи необхідні кор-

поративні ресурси для реалізації цих зобов'язань. Згідно з цим визначенням, КСВ є не лише добровільною практикою, а й стратегією, яка дозволяє бізнесу взаємодіяти з суспільством на користь соціального прогресу та сталого розвитку. Вибір компанії направити свої ресурси на реалізацію соціальних ініціатив та підвищення добробуту є важливим кроком у побудові довгострокових відносин з клієнтами, працівниками та іншими стейкхолдерами, а також сприяє формуванню позитивного іміджу бізнесу. Отже, можна зробити висновок, що КСВ є стратегічним інструментом, який не лише сприяє соціальному розвитку, але й підвищує конкурентоспроможність компанії в умовах сучасного ринку, де суспільна відповідальність стає важливим фактором для споживачів і партнерів.

Дослідники в праці "Методи дослідження корпоративної соціальної відповідальності" визначають корпоративну соціальну відповідальність як безкомпромісне бізнес-рішення, яке приймається не лише через етичні міркування або як хорошу практику, а тому, що це вигідно для самого бізнесу [3]. Згідно з таким підходом, вимоги до соціальної відповідальності з боку споживачів, співробітників та суспільства змушують компанії приймати такі рішення, оскільки це безпосередньо впливає на їхню довгострокову життєздатність та конкурентоспроможність. Вчений також підкреслює, що КСВ стає необхідною складовою стратегії, оскільки сьогодні бізнеси не можуть ігнорувати суспільні вимоги та очікування. У світі, де суспільні стандарти все більше зосереджені на етичності, прозорості і відповідальності, компанії, які нехтують цими принципами, ризикують втратити підтримку своїх стейкхолдерів, що може призвести до значних економічних втрат.

З цього приводу Лагута Я.М. зазначає, що корпоративна соціальна відповідальність являє собою систему добровільних заходів, які відповідають етичним нормам, національному законодавству та міжнародним стандартам, спрямованих на досягнення довгострокових стратегічних цілей підприємства [4]. На думку вченого інтеграція принципів КСВ дозволяє підприємствам зміцнювати свій імідж, підвищувати конкурентоспроможність і капіталізацію, а також сприяти сталому розвитку, що є основою для формування позитивної ділової репутації. Крім того, впровадження КСВ створює умови для підвищення добробуту суспільства, що особливо важливо в умовах сучасних викликів глобалізації, екологічних загроз і соціальних трансформацій.

За визначенням Березіної О. Ю., КСВ є багатовимірним соціально-економічним інститутом, який виступає інструментом гармонізації взаємовідносин між корпорацією та її стейкхолдерами [5]. Завдяки відкритості й інтеграції КСВ у бізнес-процеси, підприємства отримують можливість знижувати транзакційні витрати, ефективно розв'язувати конфлікти інтересів і зміцнювати конкурентні переваги. Особливу увагу дослідниця приділяє таким елементам, як соціальні інвестиції, соціальна звітність, партнерство, дивідендна політика та корпоративні комунікації. На думку вченої вони слугують не лише інструментами підвищення корпоративної стійкості, а й механізмами зміцнення довіри до підприємства з боку суспільства та інших зацікавлених сторін. З такої точки зору, КСВ можна розглядати як стратегічний ресурс сучасного бізнесу, який забезпечує довгострокову стійкість, сприяє формуванню позитивного іміджу та гармонізує взаємовідносини підприємства з його внутрішнім і зовнішнім середовищем.

Водницька Н. В. визначає корпоративну соціальну відповідальність як добровільні соціальні зобов'язання, які визнаються суспільством та беруться на себе власником або уповноваженим органом підприємства [6]. Метою цих зобов'язань є задоволення соціальних інтересів персоналу та всіх зацікавлених сторін в межах економічної доцільності. Вчена акцентує на важливості прийняття цих зобов'язань з урахуванням потреб не тільки внутрішніх, але й зовнішніх стейкхолдерів, що дозволяє бізнесу досягати гармонії між соціальними цілями та економічною ефективністю.

Грицина А. А. трактує КСВ як добровільну діяльність, яка перевищує вимоги законодавства, і охоплює різні сфери відповідальності, зокрема екологічну, трудову, економічну та соціальну [7]. Такий підхід підкреслює, що бізнес має зобов'язання не лише перед власними працівниками, але й перед суспільством в цілому, територіальними громадами, поставальниками, споживачами та акціонерами. Дослідниця наголошує на важливості перевищення мінімальних вимог законодавства, що дозволяє компаніям бути більш соціально відповідальними й орієнтуватися на довгострокову стабільність та розвиток.

Дослідники Литовченко С. Є. та Корсакова М. І. також зазначають про добровільність КСВ підприємства для досягнення довгострокових суспільно корисних цілей у соціальній, економічній та екологічній сферах [8]. Вчені, зокрема, підкреслюють важливість того, щоб ці

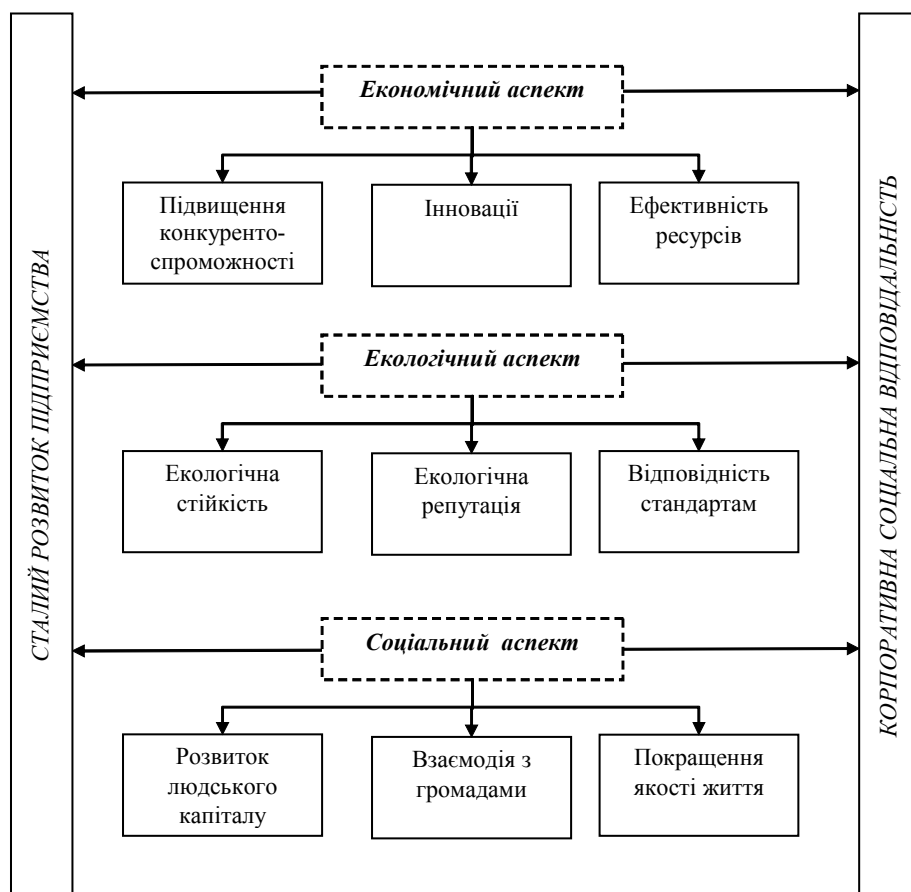


Рис. 1. КСВ в процесі сталого розвитку підприємства

Джерело: авторська розробка.

зобов'язання були прийняті відповідно до чинного законодавства та економічних умов, що дозволяє забезпечити не лише сталий розвиток бізнесу, але й позитивний вплив на суспільство та навколишнє середовище.

Таким чином, КСВ можна розглядати як процес, в якому підприємства, будучи соціально відповідальними, приймають на себе зобов'язання, які сприяють не лише розвитку самого бізнесу, але й покращенню якості життя суспільства, збереженню природних ресурсів та вирішенню актуальних соціальних проблем. Дослідження джерел літератури дозволили прийти до висновку, що корпоративна соціальна відповідальність — це, в першу чергу, добровільні зобов'язання підприємства, які направлені на реалізацію соціальних, екологічних і економічних цілей, що сприяють покращенню добробуту суспільства та сталому розвитку. КСВ містить у собі діяльність компанії, яка перевищує мінімальні вимоги законодавства і спрямована на вирішення соціальних проблем, захист навколишнього середовища, покращення умов праці та взаємодії з усіма зацікавленими сторонами, зокрема персоналом, постачальниками, споживачами, громадами, акціонерами, тощо.

Дослідження показали, що КСВ також виступає як стратегічний інструмент бізнесу для досягнення довгострокових цілей, спрямованих на створення економічної, соціальної та екологічної вартості. Водночас, ці зобов'язання повинні бути інтегровані в основну діяльність підприємства, базуватися на етичних нормах та взаємодії з усіма стейкхолдерами, що дозволяє забезпечити конкурентоспроможність, підвищення іміджу підприємства та досягнення його сталого розвитку (рис. 1).

Отже, корпоративна соціальна відповідальність є ключовим інструментом реалізації концепції сталого розвитку підприємств, забезпечуючи інтеграцію соціальних, екологічних та економічних аспектів у стратегічне управління бізнесом. Вона формує основу для довгострокової

стійкості, дозволяючи підприємствам створювати додаткову вартість не лише для акціонерів, але й для всіх зацікавлених сторін, включаючи працівників, споживачів, громади та партнерів.

Економічний аспект КСВ тісно пов'язаний зі сталим розвитком підприємств через низку ключових чинників. По-перше, соціально відповідальні компанії формують позитивний імідж, що підвищує їх конкурентоспроможність, дозволяючи залучати більше клієнтів, інвесторів і партнерів. По-друге, орієнтація на соціальні та екологічні ініціативи стимулює інновації, сприяючи розробці нових продуктів і послуг, які відповідають вимогам сталого розвитку. По-третє, оптимізація використання ресурсів у рамках КСВ сприяє зниженню витрат, впровадженню енергоефективних технологій та переходу на циркулярні моделі бізнесу, що забезпечує фінансову вигоду та підвищує ефективність.

Екологічний аспект КСВ спрямований на мінімізацію негативного впливу бізнесу на навколишнє середовище. Підприємства, що активно впроваджують відповідні практики, досягають екологічної стійкості шляхом зменшення викидів, утилізації відходів та викорис-

тання відновлюваних джерел енергії. Це не лише сприяє збереженню природних ресурсів і боротьбі зі зміною клімату, але й формує екологічну репутацію підприємств, що забезпечує підтримку з боку громадськості, урядових структур і партнерів. Дотримання міжнародних екологічних стандартів, наприклад ISO 14001 [9], дозволяє підприємствам інтегруватися в глобальні ринки, підвищуючи довіру до своєї продукції.

Соціальний аспект КСВ охоплює розвиток людського капіталу, зміцнення взаємодії з громадою та покращення якості життя. Програми навчання, професійного розвитку та забезпечення гідних умов праці сприяють залученню й утриманню талановитих працівників, підвищуючи продуктивність компанії. Реалізація соціально орієнтованих проєктів, таких як підтримка місцевих громад і участь у благодійних ініціативах, покращує відносини з громадськістю та формує довіру до підприємства як соціально відповідального суб'єкта. Крім того, завдяки інвестиціям у сфери охорони здоров'я, освіти й інфраструктури, підприємства сприяють підвищенню добробуту працівників і громад, що створює сприятливі умови для сталого розвитку.

Отже, корпоративна соціальна відповідальність відіграє вирішальну роль у забезпеченні сталого розвитку підприємств. Інтеграція КСВ дозволяє досягати гармонії між економічними, екологічними та соціальними цілями, сприяючи покращенню результатів бізнесу та створенню позитивних змін у суспільстві, однак вона стикається з низкою викликів, які ускладнюють ефективне впровадження. Одним із ключових бар'єрів є недостатнє розуміння підприємствами вигод, які приносить КСВ. Багато підприємств, особливо у традиційних галузях, сприймають КСВ як додаткові витрати, які не мають безпосередньої віддачі. Це обмежує готовність інвестувати в програми, які, хоч і вимагають ресурсів на початковому етапі, можуть значно підвищити стабільність роботи підприємства у довгостроковій перспективі через поліпшення іміджу, залучення клієнтів і партнерів, оптимізацію ресурсів та підвищення лояльності працівників.

Ще одним суттєвим викликом є відсутність чіткої нормативно-правової бази та стандартів у сфері КСВ. У багатьох країнах, зокрема в Україні, регуляторне забезпечення КСВ залишається на низькому рівні, що ускладнює створення прозорих механізмів інтеграції відповідальних практик у бізнес-моделі. Відсутність єдиних стандартів і критеріїв для оцінювання

результативності КСВ-програм також перешкоджає об'єктивному аналізу впливу цих ініціатив на сталий розвиток.

Фінансові обмеження є ще одним значним бар'єром, особливо для малого та середнього бізнесу. Для таких підприємств ресурси, необхідні для впровадження КСВ, часто виглядають надмірними в умовах постійно обмеженого бюджету. Такі підприємства, на відміну від великих корпорацій, не завжди мають доступ до достатнього фінансування чи експертизи для розробки й реалізації комплексних соціальних та екологічних програм.

Особливу проблему становить феномен "гринвошингу" (англ. greenwashing), коли компанії використовують КСВ як виключно маркетинговий інструмент для створення хибного уявлення про їх соціальну чи екологічну відповідальність. У таких випадках підприємства реалізують мінімальні або символічні ініціативи, які не мають реального впливу на сталий розвиток, але активно використовуються в рекламних кампаніях. Це підриває довіру до КСВ як концепції та до бізнесу загалом, знижуючи ефективність справжніх ініціатив і створюючи ризик втрати репутації у разі викриття недобросовісних практик.

Таким чином, виклики на шляху інтеграції КСВ до сталого розвитку підприємств охоплюють як внутрішні аспекти управління, так і зовнішні чинники, пов'язані з нормативним середовищем і сприйняттям суспільства. Подолання цих бар'єрів вимагає комплексного підходу, що включає підвищення обізнаності бізнесу про вигоди КСВ, розробку чітких нормативних стандартів, підтримку малого і середнього підприємництва у впровадженні відповідальних практик та боротьбу з недобросовісним використанням цієї концепції. Лише за умов подолання зазначених перешкод КСВ зможе стати справжнім інструментом сталого розвитку бізнесу.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

В контексті сучасних глобальних викликів концепція сталого розвитку набуває вирішального значення для підприємств, сприяючи гармонійному поєднанню економічних, соціальних і екологічних цілей. Корпоративна соціальна відповідальність, будучи ключовим інструментом реалізації принципів сталого розвитку, забезпечує інтеграцію етичних підходів та соціально орієнтованих практик у бізнес-стратегії підприємств. КСВ дозволяє компаніям не лише досягати фінан-

сової стійкості, але й створювати додаткову цінність для суспільства, зміцнювати довіру стейкхолдерів та формувати позитивний імідж. Впровадження екологічно відповідальних ініціатив, соціальних програм і орієнтація на сталий розвиток сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств, стимулює інновації, оптимізує використання ресурсів і забезпечує довгострокову стійкість бізнесу. Разом з тим, впровадження КСВ стикається з низкою викликів, зокрема недостатнім усвідомленням вигод та недосконалістю нормативно-правової бази. Подолання цих бар'єрів вимагає активної взаємодії підприємств із державними структурами, громадськістю та міжнародними організаціями. Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність виступає не лише інструментом досягнення сталого розвитку підприємства, але й стратегічним ресурсом, який сприяє формуванню нового рівня економічного мислення та забезпечує гармонізацію взаємодії бізнесу із суспільством і навколишнім середовищем.

Література:

1. Holme L., Watts R. Corporate social responsibility: Making Good Business Sense. Conches-Geneva, Switzerland: World Business Council for Sustainable Development, 2000. 32 p.
2. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Київ: Стандарт, 2005. 302 с.
3. Crowther D., Lauesen L. Handbook of Research Methods in Corporate Social Responsibility. Edward Elgar Publishing, 2017. 501 p.
4. Лагута Я. М. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність підприємств: основні теоретичні та практичні аспекти. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2017. № 3 (08). С. 153—157.
5. Березіна О. Ю. Соціальна відповідальність корпорацій в системі соціально-трудових відносин: автореф. дис. ... канд. екон. наук. Харківський національний економічний університет. Харків, 2011. 21 с.
6. Водницька Н. В. Управління трудовою сферою промислового підприємства з урахуванням соціальної відповідальності бізнесу: автореф. дис. ... канд. екон. наук. Харківський національний економічний університет. Харків, 2008. 25 с.
7. Грицина Л. А. Формування концепції корпоративної соціальної відповідальності підприємств у контексті циклічності розвитку світової економіки. Наука й економіка. 2013. Вип. 4 (1). С. 251—254.
8. Литовченко С. Є., Корсакова М. І. Соціальна відповідальність бізнесу: актуальна повістка: монографія. Київ: Асоціація менеджерів України, 2003. 112 с.
9. ДСТУ ISO 14001:2015 Системи екологічного управління. Вимоги та настанови щодо застосування. [Чинний від 2015-12-21]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2016. 29 с.

References:

1. Holme, L., & Watts, R. (2000), Corporate social responsibility: Making good business sense, World Business Council for Sustainable Development, Conches-Geneva, Switzerland.
2. Kotler, F. (2005), Korporativna sotsialna vidpovidalnist. Yak zrobyty yakomoga bilshe dobra dlya vashoi kompaniyi ta suspilstva [Corporate social responsibility. How to do the most good for your company and society], Standart, Kyiv, Ukraine.
3. Crowther, D., & Lauesen, L. (2017), Handbook of research methods in corporate social responsibility, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK.
4. Lahuta, Ya. M. (2017), "Internal corporate social responsibility of enterprises: Key theoretical and practical aspects", Skhidna Yevropa: Ekonomika, Biznes ta Upravlinnia, vol. 3 (08), pp. 153—157.
5. Berezina, O. Yu. (2011), "Corporate social responsibility in the system of social-labor relations", Abstract of Ph.D dissertation, Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, Ukraine.
6. Vodnytska, N. V. (2008), "Management of the labor sphere of an industrial enterprise considering business social responsibility", Abstract of Ph.D dissertation, Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, Ukraine.
7. Hrytsyna, L. A. (2013), "Formation of the concept of corporate social responsibility of enterprises in the context of cyclical development of the world economy", Nauka i Ekonomika, vol. 4, no. 1, pp. 251—254.
8. Lytovchenko, S. Ye., & Korsakova, M. I. (2003), Sotsialna vidpovidalnist biznesu: aktualna povistka [Business social responsibility: Current agenda], Asotsiatsiia Menedzheriv Ukrainy, Kyiv, Ukraine.
9. Derzhspozhyvstandart (2016), Systemy ekolohichnoho upravlinnia. Vymohy ta nastanovy shchodo zastosuvannia [Environmental management systems. Requirements and guidelines for use], Derzhspozhyvstandart Ukrainy, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 23.01.2025 р.