

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

*Д. Д. Говсєєв, аспірант, hovsieiev@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-3824-1996>,
Національний авіаційний університет*

Методологія досліджень. Соціальна відповідальність бізнесу з акцентом на її роль в інноваційному розвитку підприємств досліджувалася на основі застосування таких методів наукового пошуку, як: узагальнення та порівняння – при аналізі існуючих концептуальних підходів до дослідження соціальної відповідальності бізнесу; загального й особливого – при встановленні спільного в баченні мети реалізації соціальної відповідальності різними суб'єктами економічної діяльності; системного аналізу – при виокремленні ключових компонентів моделі соціальної відповідальності під час війни.

Результати. Проаналізовано основні підходи до формування концепції соціальної відповідальності бізнесу та визначено, що їх спільною метою є створення бізнес-практик, які враховуватимуть соціальні та екологічні вимоги, сприятимуть сталому розвитку. Обґрунтовано позитивні та негативні аспекти соціальної відповідальності бізнесу, визначено, що забезпечення балансу між цими складовими може привести до успішного поєднання економічного та соціального у діяльності підприємств, а отже, сприяти сталому розвитку та зростанню добробуту суспільства. Проаналізовано основні чинники формування соціальної відповідальності бізнесу. Визначено, що зелена економіка та соціальна відповідальність бізнесу взаємодоповнюють одна одну в досягненні цілей сталого розвитку та підвищення якості життя в суспільстві. Проаналізовано ключові компоненти моделі соціальної відповідальності під час війни та встановлено, що вона виходить за межі статичних цінностей і враховує потребу в демократизації та соціологізації суспільства в умовах відновлення країни після війни.

Новизна. В процесі дослідження обґрунтовано, що в контексті інноваційного розвитку зелена економіка та соціальна відповідальність бізнесу є важливими складовими сталого розвитку, які доповнюють одна одну та разом сприяють створенню більш стійкого та ефективного суспільства. Новизна даного підходу полягає в тому, що зелена економіка та соціальна відповідальність бізнесу не розглядаються як окремі сфери діяльності, а представлені як взаємопов'язані складові. Такий інтегрований підхід дозволяє прийняти комплексні рішення, спрямовані на досягнення сталого розвитку та задоволення потреб суспільства.

Практична значущість. Запропоновано орієнтири для успішного впровадження соціально відповідального бізнесу, спрямовані на розробку загальної схеми формування стратегічного базису інноваційного розвитку підприємств в контексті вирішення актуальних проблем соціальної відповідальності та розробки відповідних стратегій і програм з урахуванням актуальних інноваційних рішень та підходів.

Ключові слова: соціальна відповідальність, бізнес, підприємство, інноваційний розвиток, зелена економіка, екологічні аспекти, соціальні аспекти, соціально відповідальний бізнес, екологічна відповідальність, економічна відповідальність, етична відповідальність.

Постановка проблеми. Соціальна відповідальність бізнесу стає все більш важливим фактором у сучасному світі, де суспільство, споживачі і інвестори дедалі більше звертають увагу на позитивний внесок підприємств у соціальну та екологічну сфери.

Інноваційний розвиток підприємств та їх здатність адаптуватися до змін не можуть існувати поза контекстом соціальної відповідальності.

В сучасному бізнес-середовищі, де конкуренція загострилася, а ресурси стали

обмеженими, підприємства знаходять нові шляхи для досягнення сталого розвитку та успіху. Все більше підприємств розуміють, що врахування соціальних і екологічних аспектів у своїй діяльності може призвести до створення нових можливостей для розвитку і збільшення своєї цінності у суспільстві. Відповідно, соціальна відповідальність бізнесу стала ключовою стратегічною ініціативою, яка дозволяє компаніям зберігати та розширювати свої позиції на ринку, залучати талановитих співробітників, здобувати довіру споживачів і забезпечувати сталу прибутковості.

У цьому контексті, соціальна відповідальність бізнесу відіграє роль каталізатора для інновацій. Підприємства, які приймають соціально відповідальний підхід, змушені переосмислити свої бізнес-процеси, впроваджувати нові технології та методи виробництва, що не лише сприяє покращенню стосунків зі споживачами і їх репутації, але й відкриває нові можливості для зростання і розвитку на ринку. Виходячи із вище означеного, актуалізуються питання аналізу основних аспектів соціальної відповідальності бізнесу, її вплив на інноваційний розвиток підприємств і їхню здатність створювати сталу цінність для суспільства та довкілля.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика соціальної відповідальності бізнесу знаходить своє відображення в працях багатьох науковців. Роботи, в яких підіймаються питання функціонування бізнесу з огляду на досягнення ними не тільки економічних, але й соціально значимих цілей, спрямовані на визначення сутності поняття «соціальна відповідальність», дослідження її видів та форм прояву у ринковій економіці, а також на фактори, що сприяють поширенню соціальної відповідальності в економіці України. До таких, зокрема, належать дослідження таких науковців, як: Ареф'єва О. [1], Букреева Д. [2], Гудзь О. [3], Гусєва О. [4], Кузьмін О. [6], Остапчук Т. [9], Пилипенко Г. [11], Романюк М. [13] та інших.

Поряд із зосередженістю вчених на вивченні теоретико-методологічних складових даного феномену, науковці також прагнуть виявити суперечності соціальної відповідальності бізнесу, показати проблеми її реалізації в ринкових умовах та розробити

шляхи впливу держави на бізнесові структури з метою імплементації в їхні стратегічні програми розвитку соціально-орієнтованих складових.

Так, Ареф'єва О. акцентує увагу на факторах, які стримують розвиток соціальної відповідальності й виокремлює напрями вирішення проблеми посилення соціальної відповідальності в умовах трансформації українського суспільства до нових, більш екологічних моделей розвитку [1]. В роботах [11;13] наголос робиться на необхідності державного забезпечення законодавчих заasad та організаційних механізмів впровадження соціальної відповідальності в економічну практику, доводиться, що ефективність взаємодії влади, бізнесу та громадянського суспільства в Україні залежить від якості інституційних реформ та здатності суспільства до зміни стереотипів поведінки господарюючих суб'єктів.

Враховуючи той факт, що українські підприємства вимушені вести свою економічну діяльність в умовах крайньої нестабільності, пов'язаної, передусім, із впливом факторів зовнішнього середовища, а також загостренням конкурентної боротьби як на внутрішньому, так і на світовому ринках, постає питання їхньої адаптації до нових умов. Відповідно, виникає необхідність подальшого дослідження питань соціальної відповідальності в контексті посилення конкурентоспроможності бізнесу, що виводить на передній план репутаційну складову конкурентної боротьби та інноваційність.

Формулювання мети статті. Метою статті є обґрунтування основних аспектів соціальної відповідальності бізнесу як основи інноваційного розвитку підприємств в контексті сучасних трендів розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Активізація інноваційних процесів є одним із основних чинників економічного зростання, який дозволяє ефективніше використовувати обмежені ресурси та досягати цілей соціального, економічного та екологічного розвитку для підприємств [15, с.223].

У цьому контексті соціальна відповідальність бізнесу виступає не лише як сукупність етичних стандартів, але і як основа інноваційного розвитку підприємств. Іннова-

ції охоплюють не лише технологічні вдосконалення, але і нові методи управління, стратегії взаємодії зі споживачами, та підходи до вирішення соціальних проблем. Впровадження принципів соціальної відповідальності стимулює підприємства до новаторських рішень та практик, що сприяють більш ефективному використанню ресурсів та досягненню цілей, спрямованих на покращення економічних, соціальних та екологічних показників. У цьому контексті, поєднання соціальної відповідальності та інноваційного розвитку стає ключем до успішного функціонування підприємств, готових відповідати на виклики сучасності.

Аналізуючи соціальну відповідальність в Україні з урахуванням її важливості для суспільних і корпоративних інтересів, слід відзначити, що вона розглядається як свідоме ставлення суб'єкта соціальної діяльності до громадянського обов'язку та вимог соціальної потреби, а також цінностей і норм, що відповідають певним соціальним групам. Це ґрунтується на усвідомленому виконанні взаємних обов'язків та зобов'язань, які визначаються нормативними актами, що регулюють соціальні відносини, а також із традицій [13, с.274]. Це означає, що соціальна відповідальність вимагає від підприємств і громадян свідомого дотримання вимог суспільства та законодавства, а також врахування соціальних цінностей і традицій. Цей підхід враховує важливість взаємин між бізнесом та суспільством, а також акцентує на необхідності виконання громадянських обов'язків і розвитку соціальних програм для підтримки різних соціальних груп.

Досліджуючи наявні теорії, виділяють п'ять основних підходів до концепції соціальної відповідальності:

1. Підхід з позицій корпоративного еґотизму – згідно з цим підходом, підприємство розглядається як інструмент для створення багатства, і всі його соціальні дії спрямовані на досягнення економічного результату.

2. Підхід з позицій корпоративного альтруїзму: Цей підхід базується на переконанні, що для підприємств характерною є здатність впливати на суспільство і, відповідно, це зумовлює їх відповідально використовувати цей вплив для загального добробуту.

3. Підхід з позиції соціальних вимог – згідно з цим підходом, підприємство має зосереджувати свою діяльність на визначенні соціальних потреб суспільства та реагувати на них, сприяючи тим самим посиленню своїх позицій.

4. Підхід з позиції зацікавлених сторін, який враховує, що незалежно від типу підприємства існують групи людей, які впливають на підприємство або на які впливає воно саме. Ці групи можуть розглядатися як такі, що покладають на підприємство певну відповідальність.

5. Підходи з позиції етики, головною особливістю яких є ідея етичного обов'язку бізнесу та окремих управлінців перед суспільством, де важливий етичний аспект їхніх дій і рішень [4, с. 6–7].

Кожен з цих підходів визначає підстави та принципи, за якими підприємства впроваджують соціальну відповідальність у свою діяльність. Означені підходи охоплюють широкий спектр аспектів, від зобов'язань перед суспільством і стейкхолдерами – до відносин з природним середовищем та ресурсами. Незважаючи на різницю в підходах, їх спільною метою є створення бізнес-практик, які враховуватимуть соціальні та екологічні вимоги, сприятимуть сталому розвитку, а також рівень відповідальності яких за вплив на суспільство та природне середовище буде вищим.

Розгляд соціальної відповідальності бізнесу відкриває перед нами ряд аргументів «за» та «проти» реалізації соціальної відповідальності бізнесу з огляду на її наслідки для бізнесу та суспільства.

До позитивних аспектів соціальної відповідальності бізнесу відносять наступні: у перспективі соціальна відповідальність може сприяти отриманню прибутку; забезпечення соціального добробуту трудових ресурсів; добровільна участь підприємства в соціальних ініціативах; можливість диверсифікації бізнесу, зменшуючи ризики; надання можливості для навчання та підвищення кваліфікації персоналу; покращення репутації та конкурентоспроможності підприємства; створення позитивного іміджу компанії.

До аргументів «проти» належать такі: підприємство має відповідати за визначення

пріоритетів та напрямів соціальної діяльності, що може вплинути на його основний бізнес; відсутність чітких норм і меж для оцінки соціальної відповідальності підприємства; ризик фінансування соціальних ініціатив, які не відповідають основній місії бізнесу; ризик підвищення цін на продукцію через зростання витрат на соціальні потреби; можливість витрати коштів, які могли б бути спрямовані на розширення бізнесу [9, с.460].

Аналіз вище означених аргументів «за» та «проти» соціальної відповідальності бізнесу свідчить про те, що ця тема має складний та багатогранний характер. З одного боку, вона може призвести до отримання прибутку та покращення репутації компанії,

а також сприяти соціальному добробуту і сталому розвитку суспільства [16]. З іншого боку, вона накладає додаткову відповідальність та фінансові обов'язки на підприємства, що можуть вплинути на їхню конкурентоспроможність і призвести до імовірного підвищення цін на продукцію. Однак, важливо зазначити, що забезпечення балансу між цими аргументами може призвести до успішного поєднання економічного та соціального впливу підприємств, сприяючи сталому розвитку та добробуту суспільства.

Соціальна відповідальність бізнесу включає в себе різні ініціативи та аспекти, спрямовані на забезпечення сталого та етичного функціонування компаній (рис. 1).

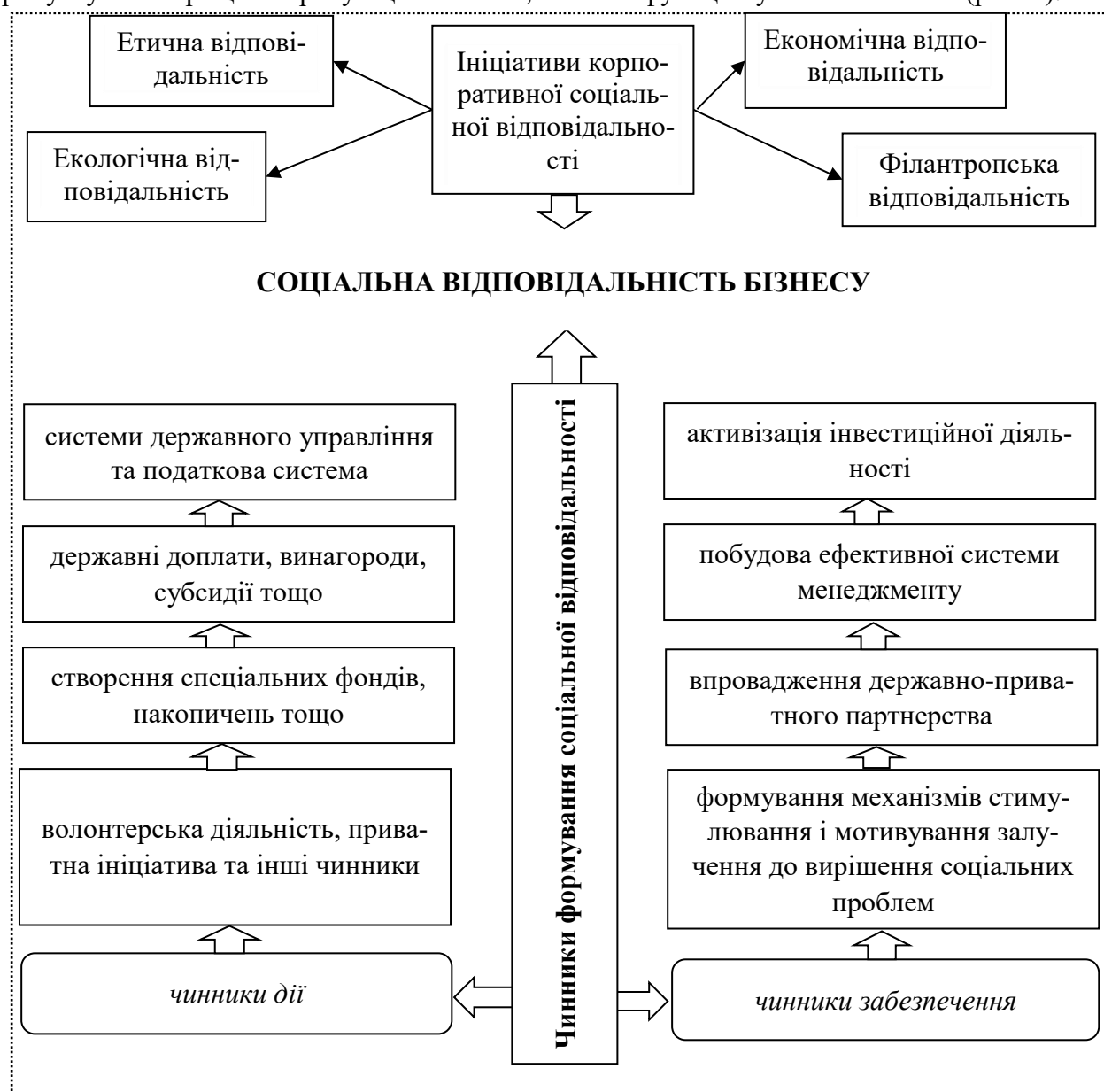


Рис. 1. Чинники та ініціативи формування соціальної відповідальності
Джерело: розроблено автором за даними [6, с. 59–61].

Етична відповідальність передбачає ведення бізнесу відповідно до високих стандартів моралі та етики, уникаючи неетичних практик і прийомів. Другий аспект, що стосується екологічної відповідальності, покликаний зменшити негативний вплив підприємств на навколишнє середовище шляхом впровадження екологічно чистих технологій та процесів, а також зменшення викидів та споживання ресурсів. Третій аспект включає в себе благодійність та пожертви компаній на підтримку різних благодійних організацій та проєктів, спрямованих на поліпшення якості життя у суспільстві.

Економічна відповідальність вимагає від компаній створення економічної цінності не лише для акціонерів, а й для всіх зацікавлених сторін, включаючи співробітників, клієнтів, інвесторів і суспільство загалом. Також вивчення соціальної відповідальності в бізнесу включає в себе важливий аспект – ідентифікацію факторів, які впливають на процес формування соціальної відповідальності. Всі ці фактори мають значний вплив на кількість підприємств, які приділяють увагу соціальній відповідальності, а також на розмір їхніх інвестицій у соціальні ініціативи та зміни в цьому напрямку.

Зважаючи на сучасні умови розвитку актуалізуються питання зеленої економіки. Зокрема, зелена економіка та соціальна відповідальність бізнесу відображають два ключові аспекти сучасної корпоративної діяльності, які взаємодоповнюють один одного і мають велике значення для сталого розвитку суспільства. Зелена економіка спрямована на збільшення ефективності використання природних ресурсів, зменшення викидів та створення екологічно стійких ринків та продуктів. Водночас соціальна відповідальність бізнесу орієнтована на відповідь на соціальні виклики та потреби суспільства, враховуючи права та очікування споживачів та інших зацікавлених сторін [1].

Об'єднуючи ці два підходи, підприємства можуть створити позитивний вплив на навколишнє середовище та суспільство. Інноваційність їхньої діяльності в даному контексті полягає в інвестуванні в зелені ініціативи, спрямовані на зменшення викидів, використання відновлюваних ресурсів та вдосконалення екологічних технологій. В той же

час, вони також можуть створювати робочі місця, покращувати умови для співробітників, підвищувати якість продуктів та послуг, які вони надають, і взагалі сприяти покращенню якості життя суспільства.

Виокремлюють два основних способи виявлення соціальної відповідальності компаній – ситуативний та стратегічний підходи. Перший полягає в виділенні фінансових ресурсів для вирішення питань, пов'язаних з реагуванням на виниклі проблеми або для покращення іміджу компанії. Другий передбачає спрямування інвестицій в значущі соціальні або екологічні проєкти з метою підвищення конкурентоспроможності компанії [7, с.130]. Таким чином, важливо відзначити, що соціальна відповідальність компаній є складною та багатогранною концепцією, яка може виявлятися у різних формах. Варто розглядати обидва підходи, ситуативний та стратегічний, як інструменти, що сприяють інноваційному розвитку підприємств, допомагають їм впливати на позитивні зміни у суспільстві та досягати власних цілей, покращуючи при цьому свій імідж та стійкість на ринку та підвищуючи свою інноваційну активність.

Виходячи з вище означеного, погоджусь із О. Ареф'єво та Н. Коваленко, які зазначають, що для успішного впровадження соціально-відповідального бізнесу необхідні наступні кроки та заходи [1]:

- розширення та збагачення фінансово-економічних і соціально-політичних факторів, які визначають стратегічні орієнтири розвитку людського капіталу підприємств в контексті врахування змін факторів зовнішнього середовища, що впливають на ведення бізнесу;

- розробка загальної схеми формування стратегічного базису інтелектуалізації людського капіталу підприємств, включаючи вивчення актуальних проблем соціальної відповідальності та розробку відповідних стратегій та програм;

- оновлення досліджень, з урахуванням тенденцій глобального індексу інновацій, які відповідають національному дослідницькому середовищу, що дозволяє враховувати актуальні інноваційні рішення та підходи.

Війна в Україні має значний вплив на соціальну відповідальність бізнесу. Вона

стала справжнім катализатором значних змін у різних сферах суспільного життя. Серед цих змін особливе місце належить корпоративній соціальній відповідальності, яка набула нового виміру та важливості в умовах повномасштабного вторгнення. Війна не лише поставила перед підприємствами численні соціальні, економічні та екологічні виклики, але і вплинула на їхні практики та стратегії у сфері соціальної відповідальності бізнесу.

Важливо відзначити, що у зв'язку з введенням військового стану, структура витрат в компаній зазнала певних змін, але основний стимул для збільшення видатків на соціальну відповідальність виробила громадянська позиція власників та працівників. Підтримка держави, Збройних Сил України та

власних співробітників стала основною метою українських підприємств [2].

В даному контексті, суспільство також виграс від цього підходу, оскільки більше компаній стають учасниками соціальних ініціатив та проєктів, спрямованих на поліпшення соціальних умов, а залученість бізнесу виробляє позитивний ефект на розвиток та загальний рівень соціальної відповідальності в країні.

Аналітичне дослідження соціальної відповідальності бізнесу в умовах війни, проведене FactumGroup, свідчить про згуртованість всіх сфер бізнесу в контексті підтримки соціальних ініціатив, які є досить актуальними на даний час (рис. 2).



Рис. 2. Розподіл сфер українського бізнесу, які надають допомогу під час військових дій

Джерело: [14].

Вітчизняні компанії активно здійснюють різноманітні ініціативи та заходи, спрямовані на поліпшення соціального та екологічного впливу. Вони реалізують освітні проєкти для підвищення рівня освіти та професійної підготовки, здійснюють заходи щодо поліпшення умов праці для своїх співробітників. Крім того, компанії сприяють

благодійним зборам коштів для реалізації соціальних ініціатив і проєктів та займаються інтелектуальним волонтерством. Важливою частиною їх діяльності є впровадження екологічних ініціатив та практик, спрямованих на зменшення негативного впливу на природне середовище. Також, компанії активно впроваджують антикорупційні практики,

сприяючи відкритості та прозорості у своїй діяльності [5, с.83].

Зважаючи на важливість соціальної відповідальності під час війни CSR Ukraine, Центр «Розвиток КСВ» представили модель соціальної відповідальності, що включає п'ять ключових компонентів:

1. Забезпечення безпеки людей: компанії мають віддавати пріоритет безпеці своїх співробітників і їхніх сімей, як фізичній, так і психологічній. Це включає інвестиції в релокацію, створення укриттів та бомбосховищ, а також надання психологічної підтримки.

2. Безперервність бізнесу: цей аспект означає готовність компаній до ефективного функціонування навіть в умовах кризи, включаючи планування та заходи щодо долі співробітників, бізнес-процесів і ресурсів компаній.

3. Допомога армії: цей компонент включає фінансову та ресурсну підтримку армії, включаючи можливу співпрацю та патронат над окремими бригадами.

4. Партнерство: під час війни важливо співпрацювати із державними та місцевими органами влади, що може спільні ініціативи для реалізації важливих проєктів.

5. Підтримка місцевих громад: ця складова означає активну участь в гуманітарних проєктах, співпрацю з фондами та благодійними організаціями, а також підтримку внутрішньо переміщених осіб та місцевих громад [8].

Таким чином, соціальна відповідальність бізнесу виходить за межі статичних цінностей і враховує потребу у демократизації та соціологізації суспільства в умовах відновлення країни після воєнних подій. Ця відповідальність визначає поведінку всіх учасників соціальних процесів, включаючи громадян, соціальні групи, підприємців, суспільство в цілому, державу, органи місцевого самоврядування та інші.

Ключове значення соціальної відповідальності бізнесу в даному контексті включає [3, с.149]:

- створення передумов щодо запобігання економічним кризам; підвищення ефективності суспільного виробництва;
- впровадження адекватних соціальних цінностей в суспільство;

– координацію взаємодії різних суб'єктів;

– розвиток людського капіталу;

– створення сприятливого бізнес-середовища;

– заохочення раціонального використання ресурсів;

– формування сприятливого соціального клімату для економічного відродження держави; підтримку соціальної єдності;

– зменшення соціальних, економічних і екологічних ризиків;

– сприяння збереженню національних традицій; створення умов для сталого розвитку держави;

– підтримку сімейних цінностей.

В сучасних умовах, коли економічна нестабільність та невизначеність стають невід'ємною частиною ділового середовища, спрямування економіки на відновлення та розвиток вимагає реалізації інноваційного підходу [12]. Ключовим фактором в цьому процесі є поєднання існуючого досвіду функціонування підприємств в стабільних умовах господарювання з готовністю адаптуватися до змін, впроваджуючи інноваційні методи, технології, підходи. Саме в цьому контексті дослідження соціальної відповідальності бізнесу як основи інноваційного розвитку підприємств набуває особливого значення, що в свою чергу актуалізує також проблематику корпоративної культури [10]. Адже інтеграція цих двох складових підкреслює важливість соціальних цінностей та відповідальності перед громадськістю, сприяючи створенню стійких та успішних організацій, які враховують потреби не лише власних працівників, але й суспільства в цілому.

Виходячи із вище означеного можемо зробити висновок, що соціальна відповідальність бізнесу грає критичну роль у стимулюванні інноваційного розвитку підприємств, виступаючи одним із інструментів стратегічного розвитку. Підприємства, які взяли на себе зобов'язання розвивати соціально відповідальні практики, перетворюють цінності та відповідальність в каталізатори для новаторських змін. Шляхом активного впровадження соціальних ініціатив, підприємства стимулюють внутрішні інновації, що означає розвиток нових ідей, продуктів та послуг,

спрямованих на вирішення суспільних проблем (рис. 3).

Отже, вплив на інноваційний розвиток підприємства через соціальну відповідальність виявляється не лише в створенні нових продуктів чи послуг, але і в системному під-

ході до розв'язання суспільних проблем. Взаємодія із зацікавленими сторонами, використання новітніх технологій та підтримка ініціатив сприяють створенню інноваційної екосистеми, що робить підприємство лідером у сталому розвитку.



Рис. 3. Цільові компоненти, що визначають роль соціальної відповідальності бізнесу в інноваційному розвитку підприємств

Джерело: розроблено автором

Висновки. Соціальна відповідальність бізнесу в сучасному світі здобуває все більшої ваги і стає ключовою складовою інноваційного розвитку підприємств. Ця концепція базується на відповідальному ставленні сучасного бізнесу до своїх дій та їх впливу на суспільство, природне середовище і економіку. Спільні соціальні ініціативи бізнесу з громадським сектором та урядом дозволяють створити сприятливу платформу для інноваційного обміну і спільної роботи. Такий симбіоз стимулює розвиток нових ідей та рішень, спрямованих на вирішення актуальних суспільних проблем. Соціальна відповідальність бізнесу не лише несе в собі додаткові витрати для підприємств, але і може сприяти створенню нових можливостей для інновацій.

Реалізація соціально-відповідальних проєктів може сприяти залученню нових клієнтів, покращенню репутації компанії та створенню конкурентних переваг на ринку. Також соціальна відповідальність бізнесу впливає на підвищення рівня довіри споживачів та інвесторів. Компанії, які активно впроваджують соціально-відповідальні практики, можуть бути сприйняті як більш надійні та стабільні партнери, що сприяє залученню інвестицій та розвитку бізнесу.

Соціальна відповідальність є не лише питанням внутрішнього управління, але й важливим фактором для сталого розвитку суспільства загалом. Залучення бізнесу до вирішення соціальних та екологічних проблем сприяє створенню більш гармонійного та стабільного середовища для всіх громадян.

Важливо підкреслити, що інновації в галузі соціальної відповідальності не лише покращують статус підприємств, але й мають потенціал стати важливим кроком у напрямку сталого розвитку суспільства в цілому. Таким чином, соціальна відповідальність бізнесу не лише сприяє інноваційному розвитку підприємств, але і має значний вплив на економіку, суспільство та бізнес-середовище в цілому.

Література

1. Ареф'єва О., Коваленко Н. Стратегічні орієнтири соціально-відповідального бізнесу в умовах зеленої економіки. *Адаптивне управління: теорія і*

практика. Серія «Економіка». 2022. Випуск 14(28). doi.org/10.33296/2707-0654-14(28)-02

2. Букреєва Д.С., Денисенко К.В. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. *Економіка та суспільство.* 2022. Випуск 38. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52>

3. Гудзь О.Є., Петькун С.М. Соціальна відповідальність бізнесу в цифровій державі: нові ціннісні орієнтири в поствоєнних умовах. *Наукові перспективи.* 2023. №7(37). С. 140-153. [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-7\(37\)-140-153](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-7(37)-140-153)

4. Гусєва О.Ю., Воскобоева О.В., Хлевицька Т.Б. Соціальна відповідальність бізнесу: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2020. 222 с.

5. Залізнюк В.П., Сафонік Н.П., Кая А.С. Розвиток концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері вітчизняного та міжнародного бізнесу. *Проблеми системного підходу в економіці.* 2021. Випуск № 6(86). С. 80-86. <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-6-16>

6. Кузьмін О.Є., Станасюк Н.С., Уголькова О.З. Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, типологія та чинники формування. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку.* 2021. № 2(6). С. 56-64.

7. Маслак О.І., Варужан П., Яковенко Я.Ю., Ліга Д.Л., Уманська К.О. Місце соціальної відповідальності у забезпеченні конкурентної позиції банків: зарубіжний досвід. *Стратегічно-інноваційний розвиток суб'єктів економічної системи в умовах глобалізації:* зб. тез V Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Кременчук, 6-8 листопада 2020 року). Кременчук, КрНУ, 2020. С. 127-130

8. Модель КСВ для компаній під час війни. URL: <https://csr-ukraine.org/news/model-ksv-dlya-kompaniy-pid-chas-viyni/>

9. Остапчук Т.П., Бірюченко С.Ю. Управління внутрішньою соціальною відповідальністю підприємства: суть та ефективність реалізації. *Бізнес Інформ.* 2020. №5. С. 458-465. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-465-471>

10. Прохорова В., Мушнікова С. Корпоративна культура як домінуюча складова інноваційного розвитку підприємств в умовах макроекономічної нестабільності. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія «Економіка».* 2023. Випуск 16(32). [https://doi.org/10.33296/2707-0654-16\(32\)-07](https://doi.org/10.33296/2707-0654-16(32)-07)

11. Пилипенко Г., Пилипенко Ю. Соціальна відповідальність бізнесу у контексті зміни інституціонального середовища економічної діяльності. *Економічний вісник Національного гірничого університету.* 2014. № 4. С. 32-41.

12. Пилипенко Г.М., Чорнобаєв В.В. Механізм ініціювання інноваційного розвитку в Україні *Економічний вісник НГУ.* 2005. №4. С. 7-12.

13. Романюк М.Д., Романюк Т.М. Соціальна відповідальність в Україні: суспільні та корпоративні аспекти. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону.* 2023. Вип 19. Т.2. С. 271-279. DOI: 10.15330/apred.2.19.271-279

14. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни. URL: <https://youkraina.com.ua/>
15. Kuzior Aleksandra, Arefieva Olena, Vovk Olha, Brožek Paulina. Innovative Development of Circular Systems While Ensuring Economic Security in the Industry. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 2022, 8(3), 139. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030139>.
16. Lepeyko T., Chernoiwanova I., Pererva I., Poberezhna Z., Zabashtanska T. The Role of the Mechanism of Attracting Investment Resources in the Innovative Development of Enterprises in the Context of the Digital Economy Development. *International Journal of Computer Science and Network Security*. 2021. Vol.21. No.11. pp. 223-229.
- References**
1. Arefieva, O., & Kovalenko, N. (2022). Stratehichni oriientyry sotsialno-vidpovidalnoho biznesu v umovakh zelenoi ekonomiky. Adaptivne upravlinnia: teoriia i praktyka. Ser. «Ekonomika», 14(28). [https://doi.org/10.33296/2707-0654-14\(28\)-02](https://doi.org/10.33296/2707-0654-14(28)-02)
2. Bukreieva, D.S., & Denysenko, K.V. (2022). Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak osnova zabezpechennia dilovoi aktyvnosti pidpriemstv: yevrointehratsiinyi aspekt. *Ekonomika ta suspilstvo*, Issue 38. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52>
3. Hudz, O.Ye., & Petkun, S.M. (2023). Sotsialna vidpovidalnist biznesu v tsyfrovii derzhavi: novi tsinnisni oriientyry v post-voienykh umovakh. *Naukovi perspektyvy*, 7(37), 140-153. [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-7\(37\)-140-153](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-7(37)-140-153)
4. Husieva, O.Yu., Voskoboieva, O.V., & Khlevytska, T.B. (2020). Sotsialna vidpovidalnist biznesu. Kyiv: Derzhavnyi universytet telekomunikatsii.
5. Zalizniuk, V.P., Safonik, N.P., & Kaia, A.S. (2021). Rozvytok kontseptsii korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti u sferi vitchyznianoho ta mizhnarodnoho biznesu. *Problemy systemnoho pidkhotu v ekonomitsi*. 6(86), 80-86. <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-6-16>
6. Kuzmin, O.Ye., Stanasiuk, N.S., & Uholkova, O.Z. (2021). Sotsialna vidpovidalnist biznesu: poniattia, typolohiia ta chynnyky formuvannia. *Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia ta problemy rozvytku*, 2(6), 56-64.
7. Maslak, O. I., Varuzhan, P., Yakovenko, Ya. Yu., Liha, D.L., & Umanska, K.O. (2020). Mistse sotsialnoi vidpovidalnosti u zabezpechenni konkurentnoi pozystsii bankiv: zarubizhnyi dosvid. *Proceedings from MIIM '20 V Mizhnarodna nauково-praktychna internet-konferentsiia*. (Kremenchuk, 6-8 lystopada 2020 roku). Stratehichno-innovatsiinyi rozvytok subiektiv ekonomichnoi systemy v umovakh hlobalizatsii. (pp. 127-130). Kremenchuk, KrNU.
8. Model KSV dlia kompanii pid chas viyny. [Retrieved from <https://csr-ukraine.org/news/model-ksv-dlya-kompaniy-pid-chas-viyny/>]
9. Ostapchuk, T.P., & Biriuchenko, S.Yu. (2020). Upravlinnia vnutrishnioi sotsialnoiu vidpovidalnistiu pidpriemstva: sut ta efektyvnist realizatsii. *Business Inform*, (5), 458-465. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-465-471>
10. Prokhorova, V., & Mushnykova, S. (2023). Korporativna kultura yak dominantna skladova innovatsiinoho rozvytku pidpriemstv v umovakh makroekonomichnoi nestabilnosti. *Adaptivne upravlinnia: teoriia i praktyka*. Ser. «Ekonomika», 16(32). [https://doi.org/10.33296/2707-0654-16\(32\)-07](https://doi.org/10.33296/2707-0654-16(32)-07)
11. Pylypenko, H., & Pylypenko, Yu. (2014). Sotsialna vidpovidalnist biznesu u konteksti zminy instytutsionalnoho seredovyscha ekonomichnoi diialnosti. *Ekonomichni visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu*, (4), 32-41.
12. Pylypenko, H.M., & Chornobaiev, V.V. (2005). Mekhanizm initsiuvannia innovatsiynoho rozvytku v Ukraini. *Ekonomichni visnyk NHU*, (4), 7-12.
13. Romaniuk, M.D., & Romaniuk, T.M. (2023). Sotsialna vidpovidalnist v Ukraini: suspilni ta korporativni aspekty. *Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu*, Issue 19, T. 2, 271-279. doi: 10.15330/apred.2.19.271-279
14. Sotsialna vidpovidalnist biznesu v umovakh viyny. Retrieved from <https://youkraina.com.ua/>
15. Kuzior, Aleksandra, Arefieva, Olena, Vovk, Olha, & Brožek, Paulina. (2022). Innovative Development of Circular Systems While Ensuring Economic Security in the Industry. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 2022, 8(3), 139. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030139>.
16. Lepeyko, T., Chernoiwanova, I., Pererva, I., Poberezhna, Z., & Zabashtanska, T. (2021). The Role of the Mechanism of Attracting Investment Resources in the Innovative Development of Enterprises in the Context of the Digital Economy Development. *International Journal of Computer Science and Network Security*, 21, 11, 223-229.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS THE BASIS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

D. D. Hovsieiev, Post-graduate Student, National Aviation University

Methods. The theoretical and methodological basis of the study is the scientific works of domestic scientists on the problems of corporate social responsibility. The results are obtained through the use of methods: generalization and comparison to formalize the theoretical provisions on the corporate social responsibility; abstract-logical method – for theoretical generalizations and formulation of the conclusions of the study.

Results. The main approaches to the concept of corporate social responsibility are analyzed and it is determined that their common goal is to create business practices that will take into account social and environmental requirements, promote sustainable development. The positive and negative aspects of corporate social responsibility are substantiated and it is determined that ensuring a balance between these arguments can lead to a successful combination of economic and social influence of enterprises, contributing to sustainable development and welfare of society. The main factors of formation of corporate social responsibility are analyzed. It is determined that the green economy and corporate social responsibility complement each other, contributing to sustainable development and improvement of the quality of life in society. The key components of the model of social responsibility during the war are analyzed and it is determined that the corporate social responsibility goes beyond the static values and takes into account the need for democratization and socialization of society in the conditions of the country's recovery after the war events.

Novelty. The research substantiates that in the context of innovative development, green economy and corporate social responsibility are important components of sustainable development, complementing each other and jointly contributing to the creation of a more sustainable and effective society. The novelty of this approach is that the green economy and corporate social responsibility are not considered as separate areas of activity, but as interrelated components. Such an integrated approach contributes to the creation of integrated solutions aimed at achieving sustainable development and meeting the needs of society.

Practical value. It offers guidelines for the successful introduction of socially responsible business, which are aimed at developing a general scheme for the formation of a strategic basis for the innovative development of enterprises in the context of solving current problems of social responsibility and the development of appropriate strategies and programs, taking into account current innovative solutions and approaches.

Keywords: social responsibility, business, enterprise, innovative development, green economy, environmental aspects, social aspects, socially responsible business, environmental responsibility, economic responsibility, ethical responsibility.

Надійшла до редакції 31.08.23 р.