

УДК 69.003:316.77:658

Ю. В. Малиновський,

к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва, Національний університет "Львівська політехніка"

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7139-5623>

О. А. Мусянович,

аспірант, Національний університет "Львівська політехніка"

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-5813-8233>

В. Ю. Битяк,

аспірант, Національний університет "Львівська політехніка"

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0007-2229-060X>

А. В. Дубравський,

аспірант, Національний університет "Львівська політехніка"

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0007-9948-7881>

DOI: 10.32702/2306-6792.2024.10.92

ІНТЕГРАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ПРОЦЕС ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВАХ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Y. Malynovskyi,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and International Business, Lviv Polytechnic National University

O. Musianovych,

Postgraduate student, Lviv Polytechnic National University

V. Bytiak,

Postgraduate student, Lviv Polytechnic National University

A. Dubravskyi,

Postgraduate student, Lviv Polytechnic National University

INTEGRATING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY INTO ORGANIZATIONAL CHANGE MANAGEMENT AT ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF EUROPEAN INTEGRATION

У статті розглядається роль корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у процесах організаційних змін на підприємствах в контексті євроінтеграції. В дослідженні акцентується на збільшенні масштабів бізнес-операцій через глобалізацію, що зумовлює підвищену відповідальність компаній перед різними групами стейкхолдерів. Особлива увага приділяється впливу європейського законодавства та стандартів на КСВ, зокрема через політики, які спонукають до вищої прозорості, етичності та зменшення екологічного впливу. Автори аналізують як теоретичні, так і практичні аспекти інтеграції КСВ, розглядаючи її як інструмент забезпечення сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності на міжнародному рівні. На прикладі європейських ініціатив, таких як Європейський зелений курс (Green Deal), демонструється, як стратегічна інтеграція КСВ сприяє досягненню екологічних і соціальних стандартів, визначених ЄС. Стаття також висвітлює виклики та переваги, асоційовані з впровадженням КСВ, зокрема спротив змінам у корпоративній культурі, високі витрати на ініціативи КСВ, а також необхідність адаптації до динамічних законодавчих рамок. В той же час, акцентується на стратегічних перевагах КСВ, які включають зміцнення репутації, підвищення довіри споживачів та інвесторів, а також сприяння стійкості бізнесу в умовах глобальних вик-

ликів. В рамках дослідження пропонуються конкретні рекомендації для компаній, які прагнуть ефективно інтегрувати КСВ у свої стратегії змін. Рекомендації спрямовані на забезпечення того, щоб компанії могли не тільки відповідати сучасним вимогам регулювання та етики, а й використовувати КСВ як стратегічний інструмент для підвищення власної конкурентоспроможності та стійкості. У заключенні пропонуються перспективи подальших досліджень у сфері КСВ, які можуть зосередитись на вивченні впливу КСВ на різні бізнес-моделі та галузі, розробці нових інструментів для оцінки її ефективності та адаптації підприємств до мінливих міжнародних норм та очікувань.

Globalization has significantly expanded the scope of business operations, providing companies with access to international markets and, at the same time, increasing their responsibility to a wide audience of stakeholders, including not only shareholders but also consumers, employees, civil organizations, and the governments of the countries where they operate. In the article, the role of corporate social responsibility (CSR) in organizational change processes at enterprises in the context of European integration is examined. The study focuses on the expansion of business operations through globalization, which increases companies' responsibility towards various stakeholder groups. Special attention is given to the impact of European legislation and standards on CSR, particularly through policies that encourage greater transparency, ethical behaviour, and reduced environmental impact. The authors analyse both theoretical and practical aspects of CSR integration, considering it a tool for ensuring sustainable development and enhancing competitiveness at the international level. Through examples of European initiatives, such as the European Green Deal, the article demonstrates how strategic integration of CSR contributes to achieving the environmental and social standards set by the EU. The article also highlights the challenges and advantages associated with implementing CSR, including resistance to changes in corporate culture, high costs of CSR initiatives, and the need to adapt to dynamically changing legislative frameworks. At the same time, it emphasizes the strategic advantages of CSR, which include strengthening reputation, enhancing consumer and investor trust, and promoting business resilience in the face of global challenges. The study offers specific recommendations for companies aiming to effectively integrate CSR into their change strategies. These recommendations are aimed at ensuring that companies not only meet current regulatory and ethical requirements but also use CSR as a strategic tool to enhance their own competitiveness and resilience. In conclusion, perspectives for further research in the field of CSR are proposed, focusing on examining the impact of CSR on various business models and industries, developing new tools for assessing its effectiveness, and adapting enterprises to changing international norms and expectations.

Ключові слова: глобалізація, євроінтеграція, Зелена угода ЄС, корпоративна соціальна відповідальність, організаційні зміни, стійкість бізнесу.

Key words: business sustainability, corporate social responsibility, EU Green Deal, European integration, globalization, organizational changes.

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

Вступ до теми корпоративної соціальної відповідальності не може бути повним без розуміння її значення у контексті глобалізації та євроінтеграції. Глобалізація значно розширила масштаби бізнес-операцій, забезпечуючи компаніям доступ до міжнародних ринків і, водночас, збільшуючи їхню відповідальність перед широкою аудиторією стейкхолдерів, що включає не лише акціонерів, але й споживачів, працівників, громадські організації та уряди країн, де вони ведуть свою діяльність [1]. Суттєвий вплив на корпоративну соціальну відповідальність також має процес євроінтеграції, який несе з собою не тільки економічні, але й соціальні, екологічні вимоги до бізнесу. Європейський Союз, як один із лідерів у формулю-

ванні високих стандартів корпоративної соціальної відповідальності, впроваджує численні регулятивні акти, що стимулюють компанії до підвищення відповідальності, прозорості у діяльності та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Це включає, наприклад, директиви щодо звітності про сталий розвиток, управління корпоративними ризиками та зобов'язань у сфері екології.

Особливо важливим є поняття "інтеграції" у цьому контексті. Інтеграція корпоративної соціальної відповідальності у стратегічні та оперативні плани компаній стає не тільки зовнішнім вимогам, але й внутрішньою потребою, спонукаючи організації переглянути свої довгострокові стратегії в умовах євроінтеграції. Відтак, компанії, що прагнуть успішно конкурувати на міжнародному рівні, мають не тільки відповідати цим стандартам, але й активно використовувати їх як засіб досягнення стійкого розвитку.

Врешті-решт, євроінтеграція вимагає від бізнесу глибокого осмислення та впровадження корпоративної соціальної відповідальності у всіх аспектах діяльності. Це не просто додатковий вимір для ведення бізнесу, а фундаментальна зміна в підходах до управління, культури компанії та її взаємодій із суспільством та довкіллям.

Постановка проблеми корпоративної соціальної відповідальності в контексті євроінтеграції та організаційних змін вимагає розуміння її впливу як на наукові, так і на практичні аспекти бізнесу. У глобалізованому світі, де кордони стають все менш відчутними, компанії зіштовхуються з викликом інтегрувати принципи КСВ у свої стратегії та повсякденну діяльність, що є значною перепорою, особливо для тих, хто прагне відповідати міжнародним стандартам та вимогам регулювання.

Наукове співтовариство зосереджується на аналізі та розробці методології вимірювання впливу корпоративної соціальної відповідальності на корпоративну ефективність, репутацію, та стійкість до зовнішніх викликів. Особливо це актуально в умовах, коли екологічні та соціальні стандарти ЄС стають дедалі строгішими в рамках процесу євроінтеграції. Важливим завданням для науковців є розробка таких інструментів, які б дозволяли не тільки оцінити поточний стан КСВ у компаніях, але й прогнозувати майбутні тренди в розвитку цієї галузі.

З практичної точки зору, впровадження корпоративної соціальної відповідальності стає інструментом для досягнення конкурентоспроможності та інновацій. Компанії, які ефективно інтегрують корпоративну соціальну відповідальність у свою корпоративну стратегію, часто досягають кращих результатів на міжнародних ринках, оскільки стандарти ЄС вимагають високого рівня відповідальності та етики. Проте, не всі компанії готові до таких змін, і багато з них стикаються з серйозними труднощами, спробуючи адаптувати свої внутрішні процеси та культуру.

Зв'язок між корпоративної соціальної відповідальності і важливими науковими та практичними завданнями має вирішальне значення для забезпечення стійкого розвитку бізнесу в умовах євроінтеграції. Відповідальність перед суспільством та довкіллям, прозорість у діяльності, етичне лідерство — ці аспекти стають не просто "доброю практикою", а невід'ємною частиною сучасного бізнесу, що прагне бути успішним на глобальній арені.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Аналіз літератури стосовно корпоративної соціальної відповідальності, з акцентом на їх інтеграцію під час процесу євроінтеграції, дозволив виявити наступні загальні тренди.

1. Зростаюча значущість сталого розвитку. Дослідження [2; 3] показують, що зростаючий тиск з боку регуляторів та споживачів стимулює компанії інтегрувати сталий розвиток у свої стратегічні цілі. Європейські директиви, такі як EU Green Deal, впливають на бізнес-практики шляхом встановлення нових вимог до зниження вуглецевого сліду, збереження ресурсів і мінімізації відходів.

2. Етичне лідерство і корпоративна культура. Новітні дослідження [4; 5; 6] акцентують на важливості етичного лідерства у формуванні корпоративної культури, яка підтримує принципи КСВ. В Європі компанії зосереджують увагу на розвитку лідерських компетенцій, які включають відповідальне прийняття рішень і прозорість у веденні бізнесу.

3. Залучення зацікавлених сторін. Підходи до залучення зацікавлених сторін еволюціонували до більш активного та відкритого діалогу [7]. Компанії використовують різноманітні платформи та інструменти для забезпечення взаємодії з клієнтами, партнерами та місцевими громадами, особливо у відповідь на європейські ініціативи зі зміцнення соціальної відповідальності [8].

4. Прозорість і звітність. Особливий наголос у сучасних публікаціях [9; 10] робиться на прозорість бізнес-операцій та звітність. Завдяки регулятивним вимогам ЄС, що стосуються нефінансової звітності, компанії вдосконалюють свої звітні системи для кращої ілюстрації своїх КСВ ініціатив.

5. Технологічні інновації у КСВ. Використання передових технологій, таких як штучний інтелект [11] і великі дані [12], у сфері КСВ стає все більш поширеним. Ці технології дозволяють компаніям краще вимірювати свій вплив на навколишнє середовище, оптимізувати ресурси і підвищувати ефективність своїх КСВ ініціатив.

Ці тренди демонструють, як компанії в Європі та за її межами реагують на зміни у міжнародному регулятивному середовищі, інтегруючи КСВ у свої ділові моделі, щоб відповідати не тільки законодавчим вимогам, а й соціальним очікуванням сучасного суспільства.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Основною метою статті є дослідження процесів інтеграції корпоративної соціальної

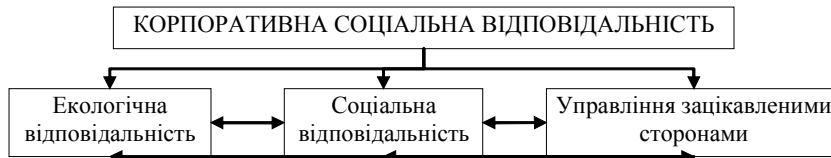


Рис. 1. Складові Корпоративна соціальна відповідальність

Джерело: складено автора за даними [1; 4; 5].

відповідальності у стратегії та діяльності компаній, що перебувають на шляху євроінтеграції, з метою визначення ключових викликів і переваг, пов'язаних з цією інтеграцією.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Корпоративна соціальна відповідальність є важливою складовою стратегій організаційних змін, особливо в контексті адаптації до глобалізованих ринків та зростаючих вимог стейкхолдерів. Впровадження КСВ не лише сприяє сталому розвитку, але й може підвищити репутацію та фінансові результати компанії. Представимо основні компоненти КСВ (рис. 1).

Розкриємо детальніше складові:

а) екологічна відповідальність. Цей компонент КСВ зосереджується на мінімізації негативного впливу компанії на довкілля. Це може включати зменшення викидів вуглекислого газу, впровадження технологій очищення стоків, раціональне використання ресурсів та рециклінг матеріалів. Ініціативи, такі як "зелене" офісне управління або перехід на відновлювальні джерела енергії, також відіграють ключову роль.

б) соціальна відповідальність. Цей аспект КСВ стосується добробуту співробітників та місцевих спільнот. Програми соціальної відповідальності можуть включати справедливі умови праці, підтримку громадських ініціатив, інвестиції в місцеву інфраструктуру та здоров'я. Також це включає забезпечення рівних можливостей та дотримання прав людини у всіх аспектах діяльності компанії.

в) управління зацікавленими сторонами. Ефективне управління зацікавленими сторонами є ключовим для успішної інтеграції КСВ. Це включає встановлення та підтримку відкритого діалогу з акціонерами, клієнтами, постачальниками, регуляторами та громадськістю. Важливо визначити очікування та потреби цих груп, а також адекватно реагувати на їх зміни.

Євроінтеграція значно впливає на корпоративну соціальну відповідальність, зокрема через зміни в законодавстві та впровадження нових стандартів. Цей вплив здійснюється через два основних напрями: посилення законодавчих вимог до прозорості та відповідальності

компаній та через політики, що прямо стимулюють практики КСВ.

Зміни в законодавстві та стандартах. Європейський Союз вживає заходів для забезпечення того, щоб компанії, які працюють на його території, відповідали високим стандартам прозорості та соціальної відповідальності. Зокрема:

1. Директива ЄС про нерозкриття фінансової інформації вимагає від компаній звітувати про соціальні та екологічні аспекти своєї діяльності. Це включає інформацію про енергоспоживання, вплив на довкілля та залучення спільнот.

2. Регулювання у сфері праці зміцнює права працівників, вимагаючи від компаній забезпечити належні умови праці, справедливу оплату та дотримання прав людини у всіх своїх локаціях.

Існує кілька політики ЄС, що стимулюють КСВ

ЄС активно впроваджує політики, які спрямовані на стимулювання КСВ серед компаній. Однією з ключових ініціатив є Зелена угода ЄС (Green Deal), який має на меті зробити Європу кліматично нейтральною до 2050 року. Ця політика включає:

— стимулювання зеленої енергетики. Підтримка впровадження відновлювальних джерел енергії та покращення енергоефективності.

— стимули для сталого сільського господарства. Заохочення практик, які зменшують вплив на довкілля та підтримують біорізноманіття.

— розвиток сталого транспорту. Інвестиції в розвиток міського та міжміського транспорту, що сприяє зниженню викидів.

Також, ЄС впроваджує заходи для стимулювання соціальної відповідальності компаній, включаючи ініціативи для підтримки рівності, диверсифікації на робочому місці та соціальної інтеграції.

Завдяки цим змінам, компанії, які активно впроваджують КСВ, здатні не тільки виконувати нові вимоги, але й покращувати свою конкурентоспроможність на міжнародних ринках, підвищуючи свою репутацію та створюючи більш стійкі та ефективні бізнес-моделі.

Таблиця 1. Виклики та переваги інтеграції КСВ у процеси змін

Виклик/перевага	Зміст
<i>Виклики інтеграції КСВ</i>	
Спротив змінам у корпоративній культурі	Одним з найбільших викликів є спротив співробітників та керівництва до нових ініціатив КСВ. Зміна ставлення та поведінки вимагає часу та ресурсів, а також часто зустрічається з недовірою або нерозумінням цінності таких змін.
Високі витрати на впровадження КСВ	Початкові інвестиції в КСВ можуть бути значними, особливо в аспектах, пов'язаних з екологічною відповідальністю, як-от впровадження чистих технологій або систем управління відходами.
Вимоги до дотримання нових регуляцій	Адаптація до строгих законодавчих рамок, особливо у міжнародному контексті, може бути складною. Законодавчі зміни часто вимагають від компаній швидкого реагування та здатності до модифікації існуючих практик.
Вимірювання впливу КСВ	Компаніям може бути складно виміряти безпосередній вплив ініціатив КСВ на свою діяльність та визначити, які заходи є найефективнішими у контексті їх специфічних цілей.
<i>Переваги КСВ для довгострокової стійкості бізнесу та його репутації</i>	
Підвищення репутації та довіри	Компанії, які активно впроваджують КСВ, часто спостерігають зростання довіри з боку споживачів, партнерів та інвесторів. Це сприяє підвищенню лояльності клієнтів та залученню нових інвестицій.
Збільшення конкурентоспроможності	КСВ може стати значущим конкурентним перевагою, допомагаючи компаніям відрізнитися на ринку, особливо серед тих споживачів, для яких важливі соціальна та екологічна відповідальність.
Зменшення ризиків та покращення стійкості	Прозорість та відповідальність допомагають зменшити ризики, пов'язані з екологічними та соціальними чинниками. Ефективне управління зацікавленими сторонами може підвищити стійкість компанії до зовнішніх викликів.
Приваблення та утримання талантів	Компанії, які демонструють високі стандарти КСВ, часто мають кращі шанси привабити та утримати кваліфікованих працівників, особливо серед молодого покоління, яке цінує соціальну відповідальність роботодавця.

Джерело: побудовано за основи [2; 3; 5; 9].

Інтеграція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у процеси змін компаній несе в собі як значні виклики, так і обіцяє важливі переваги. Розглянемо детальніше ці аспекти (табл. 1).

Інтеграція КСВ у процеси змін, незважаючи на існуючі виклики, пропонує компаніям значущі переваги, які можуть допомогти їм досягти стійкості та успіху в довгостроковій перспективі.

Інтеграція корпоративної соціальної відповідальності у стратегії змін може бути викликом для компаній, але з відповідним підходом, вона може значно покращити їхню діяльність, репутацію та стійкість.

Отже, запропонуємо деякі рекомендації для компаній, які прагнуть ефективно інтегрувати КСВ у свої стратегії змін (табл. 2).

Застосування цих рекомендацій допоможе компаніям не тільки ефективно інтегрувати КСВ у свої стратегії змін, але й максимізувати соціальну, екологічну та економічну вигоду від такої інтеграції.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Інтеграція корпоративної соціальної відповідальності у процеси змін є ключовим аспектом

для досягнення стійкості, підвищення конкурентоспроможності та поліпшення іміджу компанії на глобальному ринку. Аналіз досліджень і практик у цій сфері вказує на зростаюче значення КСВ для бізнесу у контексті глобалізації та євроінтеграції. Інтеграція корпоративної соціальної відповідальності у процеси змін є ключовим аспектом для досягнення стійкості, підвищення конкурентоспроможності та поліпшення іміджу компанії на глобальному ринку. Аналіз досліджень і практик у цій сфері підкреслює зростаюче значення КСВ для бізнесу у контексті глобалізації та євроінтеграції, де компанії, що ефективно інтегрують КСВ у свої стратегії, спостерігають підвищення своєї довіри та репутації, зниження ризиків та краще виконання на ринку. Зміни у законодавстві, особливо в рамках Європейського Союзу, виступають як каталізатори для впровадження КСВ, вимагаючи від компаній вищої прозорості та відповідальності. Інноваційні технології, такі як штучний інтелект і великі дані, відіграють важливу роль у моніторингу та оцінці КСВ, дозволяючи компаніям краще зрозуміти та управляти своїм впливом на суспільство та довкілля. Подальші дослідження можуть зосередитися на вивченні того, як різні бізнес-моделі можуть адаптувати КСВ для

Таблиця 2. Рекомендації для компаній, які прагнуть ефективно інтегрувати КСВ у свої стратегії змін

Інструмент	Зміст
1. Визначення чіткої політики КСВ	Необхідно чітко визначити, що включає КСВ для компанії. Формулювання політики, яка враховує екологічні, соціальні та етичні аспекти діяльності компанії, є критично важливим.
2. Залучення зацікавлених сторін	Ефективне управління зацікавленими сторонами є ключем до успішної інтеграції КСВ. Рекомендується залучати співробітників, клієнтів, постачальників, місцеві громади та інвесторів до розробки та впровадження політик КСВ.
3. Підготовка та навчання	Організація тренінгів та навчальних сесій для керівників і співробітників є необхідною для забезпечення розуміння важливості КСВ та способів її реалізації у щоденній діяльності компанії.
4. Інтеграція КСВ у корпоративну стратегію	КСВ повинна бути інтегрованою частиною бізнес-стратегії компанії. Це включає врахування КСВ у плануванні, бюджетуванні, маркетингу, а також у внутрішніх аудитах і звітності.
5. Моніторинг та оцінка ефективності	Рекомендується регулярно оцінювати вплив ініціатив КСВ на діяльність компанії. Використання показників ефективності для моніторингу прогресу та виявлення областей для подальших удосконалень є ефективним підходом.
6. Прозорість та звітність	Забезпечення високого рівня прозорості у діяльності компанії, шляхом публікації регулярних звітів про виконання КСВ, є важливим для підвищення довіри зацікавлених сторін.
7. Адаптація до змін у законодавстві та стандартах	Необхідно слідкувати за змінами в законодавстві та стандартах, що впливають на КСВ, та швидко адаптувати свої політики та процедури, щоб відповідати новим вимогам.
8. Співпраця з іншими організаціями	Взаємодія з іншими компаніями, недержавними організаціями та урядовими агенціями для обміну знаннями та кращими практиками у сфері КСВ є корисною для підвищення стандартів усієї індустрії.

Джерело: побудовано за основі [2; 3; 5; 9].

максимальної вигоди, включаючи аналіз секторальних відмінностей, оцінку довгострокового впливу КСВ на стійкість та фінансові результати компаній, розробку нових методологій для точнішого вимірювання впливу КСВ, та інтеграцію знань з економіки, соціології, екології та управлінських наук для кращого розуміння комплексної природи КСВ та її впливу на сучасний бізнес. Ці висновки та перспективи надають підґрунтя для подальших досліджень та розвитку стратегій КСВ, що відповідають на сучасні виклики та використовують можливості, що виникають внаслідок глобальних та регіональних змін.

Література:

1. Dudek M., Bashynska I., Filypova S., Yermak S., Cichon, D. Methodology for assessment of inclusive social responsibility of the energy industry enterprises. *Journal of Cleaner Production*. 2023. 394. 136317.
2. Кузьмак О. Соціальна відповідальність як інструмент маркетингової стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємств в контексті сталого розвитку. *Економічний форум*. 2024. № 1 (4). С. 70—80.
3. Мирошніченко Ю.В. Корпоративна культура як основний чинник сталого розвитку торговельного підприємства. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2021. № 26. С. 66—78.

4. Литвиненко Н. Корпоративна культура як елемент глобального тренду соціально-економічного розвитку. Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка. 2023. № 16 (32). [https://doi.org/10.33296/2707-0654-16\(32\)-15](https://doi.org/10.33296/2707-0654-16(32)-15)

5. Апостолук О. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства в підвищенні його конкурентоспроможності. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2023. № 2. С. 68—73.

6. Маковоз О. С. Корпоративна культура як складова управління підприємством. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки*. 2015. № 10. С. 187—192.

7. Alshurafat H., Ananzeh H., Al-Hazaima H., Al Shbail M. O. Do different dimensions of corporate social responsibility disclosure have different economic consequence: multi-approaches for profitability examination. *Competitiveness Review: An International Business Journal*. 2023. Vol. 33 (1). P. 240—263.

8. Zhang Q., Oo B. L., Lim B. T.-H. Key practices and impact factors of corporate social responsibility implementation: Evidence from construction firms". *Engineering, Construction and Architectural Management*. 2023. Vol. 30 (5). P. 2124—2154.

9. Стоянець Н., Ткаченко В. Корпоративна соціальна відповідальність та прибутковість

компаній: концепція модерувальної функції репутації фірми та доступу до капіталу. Bulletin of Sumy National Agrarian University. 2023. № 1 (93). С. 46—51.

10. Pasko O., Lagodiienko N., Kudlaieva N., Riabenko L., Gerasymenko N. Does corporate governance moderate the effect of corporate social responsibility on a firm's financial performance?. Problems and Perspectives in Management. 2022. Vol. 20 (4). P. 588—601.

11. Bashynska, I. Revolutionizing Advertising: How AI Will Reshape the Industry. Scientific Journal of Bielsko-Biala School of Finance and Law. 2023. Vol. 27 (4). P. 105—111.

12. Kyslova O. Big Data in the Context of Studying Problems of Modern Society. Visnyk of V. N. Karazin Kharkiv National University. 2019. Vol. 42. P. 59—68.

References:

1. Dudek, M. Bashynska, I. Filyppova, S. Yermak, S. and Cichon, D. (2023), "Methodology for assessment of inclusive social responsibility of the energy industry enterprises", Journal of Cleaner Production, vol. 394, 136317.

2. Kuzmak, O. (2024). "Social Responsibility as a Marketing Strategy Tool for Ensuring Enterprise Competitiveness in the Context of Sustainable Development", Economic Forum, vol. 1 (4), pp. 70—80.

3. Myroshnychenko, Y.V. (2021), "Corporate Culture as a Main Factor of Sustainable Development of a Trading Company", Problems and Perspectives in Entrepreneurship Development, vol. 26, pp. 66—78.

4. Lytvynenko, N. (2023), "Corporate Culture as an Element of the Global Trend of Socio-Economic Development", Adaptive Management: Theory and Practice, Economics Series, vol. 16 (32). [https://doi.org/10.33296/2707-0654-16\(32\)-15](https://doi.org/10.33296/2707-0654-16(32)-15)

5. Apostoliuk, O. (2016), "Corporate Culture as a Tool for Effective Enterprise Management in Enhancing Its Competitiveness", Economic Journal of the Eastern European National University Named After Lesya Ukrainka, vol. 2, pp. 68—73.

6. Makovoz, O.S. (2015), "Corporate Culture as a Component of Enterprise Management", Bulletin of the Kamianets-Podilskyi National University Named After Ivan Ohienko, Economic Sciences, vol. 10, pp. 187—192.8.

7. Alshurafat, H., Ananzeh, H., Al-Hazaima, H., and Al Shbail, M. O. (2023), "Do different dimensions of corporate social responsibility disclosure have different economic consequence:

multi-approaches for profitability examination", Competitiveness Review: An International Business Journal, vol. 33 (1), pp. 240—263.

8. Zhang, Q., Oo, B. L., and Lim, B. T.-H. (2023), "Key practices and impact factors of corporate social responsibility implementation: Evidence from construction firms", Engineering, Construction and Architectural Management, vol. 30 (5), pp. 2124—2154.

9. Stoyanets, N. and Tkachenko, V. (2023), "Corporate Social Responsibility and Company Profitability: The Concept of Moderating Function of Firm Reputation and Access to Capital", Bulletin of Sumy National Agrarian University, vol. 1 (93), pp. 46—51.

10. Pasko, O., Lagodiienko, N., Kudlaieva, N., Riabenko, L., and Gerasymenko, N. (2022), "Does corporate governance moderate the effect of corporate social responsibility on a firm's financial performance?", Problems and Perspectives in Management, vol. 20 (4), pp. 588—601.

11. Bashynska, I. (2023), "Revolutionizing Advertising: How AI Will Reshape the Industry", Scientific Journal of Bielsko-Biala School of Finance and Law, vol. 27 (4), pp. 105—111.

12. Kyslova, O. (2019), "Big Data in the Context of Studying Problems of Modern Society", Visnyk of V. N. Karazin Kharkiv National University, vol. 42, pp. 59—68.

Стаття надійшла до редакції 30.04.2024 р.

<https://nayka.com.ua>

Електронне фахове видання

**ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ
удосконалення та розвиток**

Виходить 12 разів на рік

включено до переліку наукових фахових видань України
з питань **ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**
(Категорія «Б»)

Наказ Міністерства освіти і науки України
від 28.12.2019 №1643

Спеціальність 281

e-mail: economy_2008@ukr.net

 viber: +38 050 3820663