

УДК 65.011.14

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-4263/2023-2-11>**Проданова Л.В.***доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування
Черкаського державного технологічного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4280-6013>***Тодоров П.А.***здобувач наукового ступеня доктора філософії з економіки
Черкаського державного технологічного університету
ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-1352-507X>***Prodanova Larysa***Doctor of Science in Economics, Full Professor,
Professor of the Department of Management and Business Administration
Cherkasy State Technological University***Todorov Pavlo***Postgraduate Student
Cherkasy State Technological University*

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ВЕЛИКОМУ БІЗНЕСІ: УСПІШНІ КЕЙСИ ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ

INNOVATIVE APPROACHES TO IMPLEMENTING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN BIG BUSINESS: SUCCESSFUL CASES AND MAIN TRENDS

АНОТАЦІЯ

Стаття актуалізує питання застосування інноваційних підходів до реалізації корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) великого бізнесу, висвітлює основні тенденції та успішні практики інновацій в діяльності соціально відповідальних корпорацій. Визначено особливості та значення КСВ-проектів крупного бізнесу, а також особливості впливу КСВ на функціонування та розвиток крупного бізнесу. Констатовано, що інноваційні підходи до КСВ характеризуються такими моментами: інтеграція КСВ у бізнес-стратегію та основну діяльність компанії; створення спільних цінностей бізнесу та суспільства; проактивний підхід; співпраця із стейкхолдерами; адаптація рішень до конкретних викликів, їх адресація конкретним соціальним групам і прошаркам; довгострокова стратегічна орієнтація; активне використання новітніх технологій (зокрема цифрових); моніторинг, вимірювання та оцінка впливу КСВ-ініціатив; фокусування на системних змінах та вирішенні глобальних проблем; сприяння інноваціям та розвитку нових бізнес-моделей.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, інноваційний та традиційний підхід, форми реалізації відповідальності, новітні технології, успішні практики відповідального бізнесу.

ANNOTATION

The article addresses the application of innovative approaches to corporate social responsibility (CSR) implementation by large businesses, highlighting the main trends and successful practices of innovations in the activities of socially responsible corporations. The features and significance of CSR projects in large businesses are identified, as well as the peculiarities of CSR's impact on the functioning and development of large businesses, which are determined by: the importance and significance of large businesses in the economy, society, natural environment, in spreading responsible practices, in solving global problems; significant resource capabilities (financial, human, material, intellectual, investment, technological) for monitoring economic, social, environmental issues, for implementing CSR initiatives and projects; as well as the publicity and transparency of large companies' activities, the ability

of big business to influence state or regional policy. CSR in the functioning and development of large businesses can manifest as: a factor of competitive advantage in the market, a tool for attracting human talents; an indicator of investment attractiveness and access to capital. It is stated that innovative approaches to CSR are characterized by the following aspects: integration of CSR into the company's business strategy and core activities; creating shared values for business and society; proactive approach – anticipating and preventing problems; active cooperation with various stakeholders; customized and personalized solutions adapted to specific challenges and addressed to specific social groups and strata; long-term strategic orientation; active use of the latest technologies (artificial intelligence, blockchain, Internet of Things, etc.); monitoring, measuring, and evaluating the impact of CSR initiatives; focusing on systemic changes and solving global problems; promoting innovation and development of new business models. The main trends in the development of innovations in the field of CSR are identified: digital inclusion; ensuring diversity, equity, and inclusion in the workplace; application of blockchain technology; application of cloud programs and technologies in the field of CSR; employee engagement in CSR projects; impact investing; development and use of renewable energy, energy-saving technologies; targeted, socially-oriented marketing, marketing of social initiatives; responsible sourcing and supply chain management.

Key words: corporate social responsibility, innovative and traditional approach, forms of implementation of responsibility, latest technologies, successful practices of responsible business.

Постановка проблеми. У сучасному світі великий бізнес стикається з необхідністю не лише максимізувати прибуток, але й належним чином відповідати на зростаючі потреби суспільства щодо економічної, соціальної та екологічної відповідальності. Традиційні підходи до корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) часто виявляються недостатньо

ефективними для вирішення тих складних проблем, з якими стикається людство в 20-х роках ХХІ сторіччя. Виникає потреба у пошуку та впровадженні новітніх та інноваційних підходів до реалізації КСВ, які б дозволили компаніям ефективно поєднувати бізнес-цілі з позитивним впливом не лише на економіку, а й на суспільне життя та стан довкілля.

Заявлена тема дослідження на початку ХХІ сторіччя актуалізується такими аспектами: зростання суспільних очікувань – споживачі, інвестори та працівники все більше очікують від компаній, зокрема великих та успішних, активної участі у вирішенні соціальних та екологічних проблем; глобальні виклики – зміна клімату, соціальна нерівність, пандемії вимагають нових, нестандартних рішень від бізнесу; конкурентні переваги – інноваційні підходи до КСВ можуть стати джерелом конкурентної переваги для компаній; технологічний прогрес – нові технології відкривають нові можливості для реалізації КСВ-проектів; законодавчі вимоги – посилення регуляторних вимог щодо КСВ у багатьох країнах спонукає компанії шукати ефективні шляхи їх виконання; економічна ефективність – інноваційні підходи до КСВ можуть сприяти оптимізації витрат та підвищенню ефективності всього бізнесу; репутаційні переваги – успішні інноваційні КСВ-проекти позитивно впливають на репутацію компаній. Отже, вибір теми дослідження є актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасний науковий дискурс охоплює різноманітні підходи щодо КСВ бізнесу. Широта досліджуваних в науковій літературі проблем, які стосуються відповідальності бізнесу, відображає її багатогранність та актуальність у контексті сучасних соціально-економічно-екологічних викликів для підприємств і компаній будь-яких розмірів. Найкращі практики корпоративної соціальної відповідальності великих, середніх та малих бізнес-структур української економіки (зокрема їх напрями, проекти, форми, моделі, стратегії) досліджують Фролова Л. та Єрмак С. [1], Маліновська О. та Себестянович І. [2], Ткачук С., Стахурська С., Стахурський В. [3], Єрмоленко О. та Лисьонкова Н. [4]. Сучасні світові тренди та тенденції у сфері КСВ, які доцільно поширювати в Україні, вивчають Долгова Л. [5], Длугопольський О. та Олійник Л. [6], Малахова Ю. та Мироненко Д. [7], Длугопольська Т. та Сентик М. [8].

Слід зазначити, що окремі науковці в своїх публікаціях звертають увагу на існування певного взаємозв'язку між розвитком корпоративної соціальної відповідальності та поширенням інноваційних процесів в бізнесі:

дослідники Гражевська Н. та Мостепанюк А. акцентують увагу на тому, що «в умовах глобалізації економічного розвитку, посилення конкурентної боротьби й загострення глобальних проблем актуальним завданням інноваційної модернізації ринкових економік є на-

громадження та ефективна реалізація новітніх форм капіталу» [9, с. 16], зокрема соціального, інтелектуального, репутаційного, культурного. Дієвим механізмом вирішення проблеми нагромадження капіталу в таких формах зазначені дослідники вважають розвиток КСВ, а підтвердженням цьому є, на їх думку, «успішна практика розвинених країн світу, зорієнтованих на реалізацію цілей сталого розвитку, зміцнення суспільної довіри та взаємодопомоги, формування позитивного іміджу фірм з метою здобуття глобальних конкурентних переваг та підвищення суспільного добробуту» [9, с. 17];

автори Масюк Ю. [10], Бесараб С. та Кошель А. [11] вважають КСВ «ною формою ведення бізнесу». Масюк Ю. стверджує, що «різноманітні моделі КСВ, поповнили вітчизняну практику з приходом глобальних мультнаціональних компаній. Саме завдяки останнім на український ринок впроваджено такий підхід, коли стійка цінність продукту чи послуги виникає протягом усього ланцюжка «постачальник–виробник–споживач», а споживач висуває постачальнику та виробнику запит на нові технології та продукти» [10, с. 323]. Бесараб С. та Кошель А. зазначають, що запровадження новітніх технологій, інструментів та методів бізнесу є одним з основних напрямів діяльності в межах КСВ [11, с. 17]; дослідники Магиляс Ю. [12], Татаринцева Ю., Юр'єва І., Назарова Т. [13] висвітлюють «вплив соціальної відповідальності на бізнес у сучасному цифровому світі», а також можливості та переваги застосування цифрових технологій в процесі реалізації проектів соціально відповідального бізнесу.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на посилену увагу теоретиків та практиків до тематики та проблем реалізації проектів КСВ, динамічні трансформації сучасного світу, зокрема всеосяжна цифровізація економіки та суспільного життя, каталізують народження нових парадигм ведення бізнесу. Ці зміни неминуче впливають на концепцію та практику корпоративної соціальної відповідальності, вимагаючи інноваційних підходів та форм її реалізації. Великі корпорації, володіючи значним ресурсним та технологічним потенціалом, мають унікальну можливість виступати піонерами у розробці та впровадженні прогресивних КСВ-ініціатив. Їхня здатність інвестувати в масштабні проекти та експериментувати з новітніми технологіями створює плідний ґрунт для інновацій у сфері соціальної відповідальності. Таким чином, дослідження інноваційних підходів до КСВ у контексті великого бізнесу набувають особливої актуальності та значущості. Вони не лише сприятимуть розвитку теоретичних засад КСВ, але й матимуть вагомий практичний вплив, потенційно встановлюючи нові стандарти соціально відповідальної діяльності для всього бізнес-середовища. Таким чином, подальше дослідження проблематики реалізації КСВ

у великому бізнесі є необхідним та важливим завданням.

Мета статті. Метою дослідження є виявлення та аналіз інноваційних підходів до реалізації КСВ у великому бізнесі, дослідження впливу новітніх технологій на трансформацію КСВ-ініціатив, а також розробка рекомендацій щодо адаптації та масштабування інноваційних підходів до КСВ в умовах України.

Виклад основного матеріалу дослідження. На початку дослідження варто зупинитися на деяких особливостях КСВ-проектів крупного бізнесу, певних особливостях впливу КСВ на функціонування та розвиток крупного бізнесу. Одна з таких особливостей пов'язана із масштабами впливу крупного бізнесу. Великі компанії, завдяки своїм розмірам та ресурсам, значною мірою впливають на економіку, суспільство та довкілля; через масштаби своєї діяльності вони можуть впливати на цілі галузі та регіони. Відповідно, КСВ-ініціативи великого бізнесу можуть призвести до суттєвіших змін, порівняно з ініціативами малих чи середніх за розмірами компаній. Більше того, великі корпорації можуть впливати на практики КСВ у всьому ланцюгу поставок: встановлюючи стандарти для своїх партнерів та постачальників, вони сприяють поширенню відповідальних практик на малий та середній бізнес (до прикладу: вимоги щодо умов праці чи екологічних стандартів). Можна говорити навіть про глобальний масштаб діяльності крупного бізнесу. Багато великих компаній оперують на міжнародному рівні, мають представництва у різних країнах, що дозволяє їм брати активну участь у вирішенні глобальних проблем і реалізовувати КСВ-проекти в міжнародному масштабі, зокрема брати участь в міжнародних програмах боротьби з бідністю, голодом, підтримки освіти в країнах, що розвиваються.

Інша особливість зумовлена ресурсними можливостями крупних компаній. Великий бізнес зазвичай має більше фінансових та людських ресурсів для реалізації масштабних КСВ-ініціатив, має змогу інвестувати значні кошти в КСВ-проекти. Маючи значні ресурси для R&D, великі компанії можуть розробляти нові технології та підходи до КСВ (до прикладу: створення нових матеріалів для зменшення відходів; розробка інноваційних соціальних рішень та провадження нових ідей (продукції, послуг чи моделей), які відповідають соціальним потребам). Крупні корпорації навіть можуть створювати окремі підрозділи (департаменти з КСВ, сталого розвитку, які інтегровані в загальну організаційну структуру компанії, часто на рівні топ-менеджменту), функціями яких може бути: моніторинг потреб в вирішенні екологічних та соціальних проблем, розробка довгострокових КСВ-стратегій, узгоджених з загальною бізнес-стратегією компанії, а також окремих КСВ-проектів, моніторинг КСВ-діяльності та підготовка відповідної звітності компанії, ко-

ординація соціально відповідальних ініціатив різних підрозділів компанії, адаптація КСВ-стратегій компанії до нових глобальних викликів та тенденцій тощо. Такі підрозділи можуть більше фокусуватися на розробці інноваційних підходів до КСВ, експериментуючи з новими формами соціальної взаємодії. До роботи в таких підрозділах доцільно залучати фахівців з різних галузей (екологів, соціологів, фахівців з комунікацій), що дозволить комплексно підійти до КСВ-ініціатив.

Ще одна особливість пов'язана з публічністю та прозорістю діяльності крупних компаній. Діяльність великих компаній постійно перебуває під увагою ЗМІ, громадських активістів, різноманітних інституційних регуляторів (держави, місцевої влади). Це спонукає великий бізнес бути більш відповідальним та прозорим у своїх КСВ-ініціативах, регулярно публікувати звіти про сталий розвиток та відповідати вимогам та на запити стейкхолдерів.

З числа особливостей діяльності крупного бізнесу слід зазначити можливість його впливу на державну чи регіональну політику, а тому великий бізнес часто має можливість також впливати на формування державної політики у сфері КСВ. Великі корпорації часто беруть участь у формуванні політики державного чи регіонального рівня через лобіювання або участь у консультативних органах. Це дозволяє їм просувати КСВ-ініціативи на законодавчому рівні, наприклад, підтримуючи екологічні стандарти чи соціальні програми.

Є й інші особливості впливу КСВ на функціонування та розвиток крупного бізнесу, які необхідно зазначити:

- для великих компаній КСВ може стати важливим фактором конкурентної переваги на ринку. Споживачі все частіше обирають бренди, які демонструють відповідальне ставлення до суспільства та довкілля. Це може призвести до зростання лояльності клієнтів та посилення ринкових позицій компанії;

- сильна КСВ-стратегія допомагає великим компаніям залучати таланти та утримувати найкращих фахівців. Представники молодих поколінь (особливо професіонали покоління Y та Z) часто надають перевагу роботодавцям, які демонструють соціальну відповідальність свого бізнесу;

- показники та критерії, які відображають масштаби та результати КСВ-діяльності бізнесу все частіше враховуються акціонерами та інвесторами при оцінці інвестиційної привабливості великих компаній. Отже, КСВ може впливати на вартість акцій та на доступ до капіталу.

Наразі все більшого значення набуває комплексний підхід до оцінки діяльності компаній, який враховує їх вплив на навколишнє середовище, соціальну відповідальність та корпоративне управління (Environmental, Social, and Corporate Governance, ESG). Кожен із компонентів ESG-критерію визначається за сукупністю відповідних індикаторів, метрик

(показників поточного стану): екологічний – за впливом компанії на зміну клімату та викидами парникових газів, використанням природних ресурсів та енергоефективністю, управлінням відходами та забрудненням, збереженням біорізноманіття; соціальний – за умовами праці та дотриманням прав людини, різноманітністю та інклюзивністю в робочому середовищі, взаємодією з місцевими громадами, безпечністю продукції та відповідальністю перед споживачами; корпоративне управління – за ефективністю структури та незалежністю ради директорів, прозорістю та етикою бізнесу, політикою винагороди керівників, дотриманням прав акціонерів та взаємодією зі стейкхолдерами. На основі зазначеного підходу зростає популярність ESG-інвестування. Загалом же ESG-критерії використовуються: інвесторами – для оцінки ризиків та потенціалів компаній, компаніями – для покращення своєї стратегії сталого розвитку, владними структурами та різноманітними регуляторами – для формування політик і стандартів. ESG-оцінка стає все більш важливим фактором у прийнятті рішень та оцінці довгострокової стійкості бізнесу.

В контексті нашого дослідження важливо визначитись з такими питаннями: що можна вважати інноваційним підходом до КСВ? чим інноваційний підхід до КСВ відрізняється від традиційного підходу? За результатами аналізу успішних кейсів реалізації КСВ-проектів в світовій практиці, можна констатувати, що інноваційні підходи до КСВ характеризуються наступними моментами: інтеграція КСВ у бізнес-стратегію та основну діяльність компанії; створення спільних цінностей бізнесу та суспільства (creating shared value); проактивний підхід – передбачення та запобігання проблемам; активна співпраця з різноманітними стейкхолдерами; кастомізовані та персоналізовані рішення, адаптовані до конкретних викликів та адресовані конкретним соціальним групам та прошаркам; довгострокова стратегічна орієнтація; активне використання новітніх технологій (штучний інтелект, блокчейн, інтернет речей тощо); моніторинг, вимірювання та оцінка впливу КСВ-ініціатив; у фокусі – системні зміни та вирішення глобальних проблем; сприяння інноваціям та розвитку нових бізнес-моделей. В той же час характеристиками традиційного підходу до КСВ можна вважати: основний акцент – на філантропії (провідний принцип) та благодійності (основна форма КСВ); відокремленість КСВ-ініціатив від основної діяльності компанії; реактивний характер КСВ – у відповідь на проблеми, які вже існують; обмеженість взаємодії з зацікавленими сторонами; стандартизовані програми та ініціативи; короткострокова орієнтація; обмежене використання новітніх технологій. Отже ключова відмінність полягає в тому, що інноваційні підходи зумовлюють глибокий та довгостроковий вплив, інтегруючи КСВ у саму суть бізнес-діяльності

компанії та каталізуючи народження нових парадигм ведення бізнесу.

Слід зазначити, що між КСВ та інноваційністю бізнесу існує складний та багатогранний взаємозв'язок. Насамперед, іновачії сприяють розвитку КСВ: нові технології дозволяють впроваджувати більш ефективні та масштабні КСВ-ініціативи; інноваційні бізнес-моделі зазвичай ґрунтуються також і на принципах соціальної відповідальності, включають елементи соціально відповідальної діяльності. З іншої сторони, КСВ стимулює іновачії: пошук шляхів вирішення соціальних та екологічних проблем зазвичай вимагає нових підходів та технологій; націленість на вирішення КСВ-завдань можуть спонукати компанії до розробки інноваційних продуктів та послуг. Взаємозв'язок та взаємозалежність КСВ та іновачій можуть проявлятися у вигляді утворення своєрідного циклу позитивного впливу: КСВ стимулює іновачії, які, в свою чергу, відкривають нові можливості для КСВ; компанії, які інтегрують КСВ у свою стратегію, часто стають більш відкритими до іновачій загалом. Можна говорити навіть про певні спільні риси соціально відповідальної діяльності та іновачійної діяльності бізнесу: вони вимагають креативного мислення та готовності до змін, орієнтовані на створення довгострокової спільної цінності для бізнесу та суспільства. Поєднання КСВ та іновачій в бізнесі може створити додаткову унікальну конкурентну перевагу для компанії, а глобальні виклики (зміна клімату, соціальна нерівність тощо) створюють можливості для іновачій у сфері КСВ. Отже, між КСВ та інноваційністю бізнесу, його інноваційною діяльністю існує складний взаємозв'язок, де зазначені аспекти підсилюють та стимулюють один одного. Це створює потенціал для синергії, синергетичного ефекту, що може принести користь як бізнесу, так і суспільству в цілому.

Наведемо приклади успішного застосування інноваційних підходів в реалізації КСВ-проектів. За даними [14], до переліку основних тенденцій розвитку іновачій у сфері корпоративної соціальної відповідальності (за підсумком 2023 року) входять:

– цифрова інклюзія. В рамках КСВ-проектів забезпечується доступ широких верств населення до цифрових технологій та Інтернету. Розробляються освітні програми для розвитку цифрових навичок незабезпечених груп населення (з метою подальшого працевлаштування). Освітні програми також можуть використовуватись HR-відділами для підвищення цифрової грамотності та розвитку навичок співробітників. Компанії надають безкоштовний доступ до комп'ютерів та Інтернету, створюють Wi-Fi зони в недостатньо обслуговуваних районах та адаптують продукти для людей з обмеженими фізичними можливостями. Вони також співпрацюють з некомерційними організаціями, надаючи ресурси для підтримки ініціатив цифрової інклюзії;

– інноваційні рішення для звітності з КСВ – вдосконалення систем показників та методик кількісної оцінки екологічної та соціальної ефективності компанії; розробка відповідного програмного забезпечення для проведення оцінки КСВ, для підготовки звітів про результати КСВ, для встановлення та досягнення науково обґрунтованих цілей щодо проєктів КСВ; створення та використання для оцінки, звітності, обґрунтування управлінських рішень цифрових платформ;

– забезпечення різноманітності, справедливості та інклюзії на робочому місці. Такий підхід в сфері КСВ також забезпечується цифровими платформами, на яких представлені різноманітні навчальні програми, інструменти розвитку необхідних навичок (зокрема роботи в команді, спілкування), інформація для обміну досвідом та підвищення обізнаності співробітників (зокрема в питаннях дискримінації, безпеки). Застосування цифрових інструментів дозволяє досягати справедливості та уникати дискримінації в процесі найму працівників (за рахунок технологій «сліпого набору», використання показників різноманітності та впровадження квот, тощо);

– застосування технології блокчейн. Децентралізована технологія зберігання інформації забезпечує прозорість, підзвітність та ефективність у звітності про соціальні та екологічні наслідки діяльності компанії. Зазначена технологія також може запропонувати широкий набір інструментів для аналізу ризиків, картографування ланцюга поставок, оцінки постачальників, комунікації, для моніторингу потоків соціальних чи екологічних інвестицій і відстеження їх впливу. Компанії можуть застосовувати блокчейн для інформування споживачів про свої зусилля щодо КСВ, що позитивно впливатиме на імідж бренду. Інновації в сфері КСВ в рамках технології блокчейн можуть реалізовуватись також із застосуванням цифрових токенів (для винагородження клієнтів за екологічно відповідальну поведінку чи участь у соціальних ініціативах, співробітників – за участь у волонтерських програмах, для токенизації вуглецевих кредитів з метою компенсації викидів, тощо);

– застосування хмарних програм та технологій в сфері КСВ дозволяє створювати масштабні, економічно ефективні та гнучкі рішення для управління даними, спілкування та співпраці в сфері КСВ. Хмарні технології забезпечують ефективне керування великими обсягами даних, а також можливості швидкого та безпечного відновлення даних. Організації використовують хмарну архітектуру для створення інструментів штучного інтелекту, вимірювання наслідків своєї основної діяльності, підготовки звітності про КСВ-діяльність;

– залученість співробітників до проєктів КСВ. Така інновація сприяє розбудові корпоративної культури сталого розвитку. Для залу-

чення співробітників до КСВ-ініціатив компанії використовують соціальні медіа, розробляють та застосовують відповідні ігрові платформи, стимулюють участь у корпоративному волонтерстві, благодійних пожертвуваннях;

– імпаکت-інвестування. Компанії інвестують у соціально та екологічно відповідальні ініціативи, які приносять як фінансову віддачу, так і позитивний соціальний чи екологічний ефект (до прикладу: інвестиції в будівництво доступного житла; інвестиції у відновлювані джерела енергії);

– розвиток та використання відновлюваної енергетики, технологій енергозбереження. Компанії запроваджують та використовують децентралізовані мережі невеликих систем виробництва та зберігання електроенергії. Одним з ключових напрямів КСВ, який реалізується за допомогою «розумних мереж» та цифрових систем управління, є енергетична оптимізація існуючих будівель і систем (використовуються системи енергоефективного освітлення, автоматизації процесів життєзабезпечення будівель). Використовуються технології уловлювання та утилізації вуглецю або торгівлі сертифікатами відновлюваної енергії);

– цільовий, соціально-орієнтований маркетинг, маркетинг соціальних ініціатив. Компанії застосовують такий маркетинг для залучення відповідної аудиторії та просування продуктів; використовують соціальні медіа для підвищення обізнаності про соціальні проблеми, покращуючи взаємодію з клієнтами та генеруючи підтримку. Корпорації співпрацюють з некомерційними організаціями, організують збір пожертв в точках продажу та надають власні продукти для підтримки соціальних справ. Інновацією можна вважати застосування інструментів для управління соціальним брендингом (з орієнтацією на молодь). З метою активізації залучення та участі аудиторії компанії також впроваджують елементи гейміфікації та віртуальної реальності;

– відповідальне постачання та управління ланцюгами поставок. Такі інновації повинні стати невід'ємною частиною КСВ-ініціатив компанії, оскільки значні викиди вуглецю відбуваються під час руху товарів. Стале постачання сировини та готової продукції, забезпечення циркулярності ланцюга поставок (за рахунок повторного використання та переробки матеріалів, мінімізації відходів) – вкрай важливі.

У підсумку наведемо приклади успішних кейсів інноваційних підходів щодо реалізації КСВ-проєктів [6; 8; 14; 15]:

– компанія ІКЕА, інноваційний підхід застосовано в рамках програми «Buy Back & Resell»: компанія викупує вживані меблі ІКЕА у клієнтів та перепродає їх за зниженими цінами. Результатами такої ініціативи є зменшення відходів, просування циркулярної економіки, підвищення лояльності клієнтів;

– компанія Nestl'ї, інновація – програма «Cocoa Plan»: компанія виступила з ініціати-

вою підтримки фермерів, які вирощують какао, через навчання, підвищення продуктивності праці та боротьбу з дитячою працею. Основні результати реалізації програми: покращення умов життя фермерів, забезпечення сталого постачання какао, посилення репутації бренду;

– компанія Google, інновація – Project Sunroof. Суть програми: використання Google Maps для оцінки потенціалу сонячної енергії на дахах будинків. Результати: сприяння переходу на відновлювану енергію; демонстрація інноваційного застосування технологій для сталого розвитку, підвищення екологічної свідомості користувачів.

Ці приклади демонструють процес інтеграції КСВ у бізнес-моделі діяльності компаній та створення відповідної цінності як для суспільства, так і для бізнесу.

Висновки. КСВ крупного бізнесу має значний вплив на економіку, суспільство та довкілля. Великі компанії мають можливість реалізовувати КСВ-проекти в міжнародному масштабі, беручи участь у вирішенні глобальних проблем. Ресурсні можливості великого бізнесу дозволяють йому інвестувати значні кошти в КСВ-проекти та застосовувати інноваційні підходи до їх реалізації. В той же час великі корпорації можуть впливати на сталість у всьому ланцюгу поставок, сприяючи поширенню відповідальних практик на малий та середній бізнес. КСВ-ініціатива може стати важливим фактором значної конкурентної переваги для великих компаній, впливаючи на лояльність клієнтів, залучення талантів та інвестиційну привабливість.

Інноваційні підходи в реалізації КСВ-проектів охоплюють широкий спектр напрямків: від цифрової інклюзії до відповідального управління ланцюгами поставок. Цифрові технології відіграють ключову роль у розвитку КСВ, зокрема через використання блокчейну, хмарних технологій та цифрових платформ для звітності та управління. Соціальна складова корпоративної відповідальності посилюється через ініціативи щодо забезпечення різноманітності, справедливості та інклюзії на робочому місці, а також через залучення співробітників до КСВ-проектів. Екологічна складова реалізується за рахунок розвитку відновлюваної енергетики, енергозбереження та впровадження технологій зменшення вуглецевого сліду. Сучасні інновації крупних компаній в сфері КСВ спрямовані на створення довгострокової цінності для бізнесу та суспільства, поєднуючи економічні, соціальні та екологічні аспекти.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Фролова Л.В., Єрмак С.О. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності серед бізнес-структур України. *Ефективна економіка*. 2021. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8830>
2. Малиновська О.Я., Себестянович І.С. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу як фактор сталого розви-

тку соціально-економічних систем різного рівня. *Молодий вчений*. 2019. № 11(2). С. 542–545.

3. Ткачук С.В., Стахурська С.А., Стахурський В.О. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу як запорука успішного підприємництва в усіх сферах діяльності. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2019. № 11. С. 109–119.
4. Єрмоленко О.А., Лисьонкова Н.М. Соціальна відповідальність бізнесу як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Modern problems of science, education and society: the 3rd International scientific and practical conference (May 22-24, 2023)*. Kyiv : SPC «Sciconf.com.ua», 2023. С. 1156–1161.
5. Долгова Л.І. Корпоративна соціальна відповідальність: сучасні світові тренди. *Ефективна економіка*. 2023. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2023_5_35
6. Длугопольський О., Олійник Д. Соціальна відповідальність бізнесу: приклади розвинутих країн світу для України. *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*. 2020. № 2(6). С. 265–273.
7. Малахова Ю.А., Мироненко Д.А. Корпоративна соціальна відповідальність як конкурентна перевага підприємства на міжнародному ринку. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки*. 2021. № 1. С. 69–73.
8. Длугопольська Т., Сентик М. Успішні кейси міжнародних компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності. *Соціально-економічні відносини в цифровому суспільстві*. 2022. № 4(46). С. 49–57.
9. Гражевська Н.І., Мостепанюк А.В. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник нагромадження новітніх форм капіталу в сучасній ринковій економіці. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2018. Вип. 2. С. 12–19.
10. Масюк Ю. Корпоративна соціальна відповідальність як нова форма ведення бізнесу за сучасних умов сталого розвитку економіки. *Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини*. 2018. Вип. 45. С. 321–330.
11. Бесараб С. О., Кошель А.Г. Корпоративна соціальна відповідальність як сучасна форма ведення бізнесу. *Стратегія економічного розвитку України*. 2019. Вип. 45. С. 14–25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/seru_2019_45_4
12. Магиляс Ю. Соціально відповідальний бізнес в умовах цифрової трансформації суспільства. *Аспекти публічного управління*. 2022. № 10(6). С. 55–60.
13. Татаринцева Ю., Юр'єва І., Назарова Т. Вплив розвитку соціальної відповідальності та сталого цифрового маркетингу на фінансову складову бізнес-процесів в умовах цифрової економіки. *Acta Academiae Beregsasiensis: Economics*. 2023. № 4. URL: <https://aab-economics.kmf.uz.ua/aabe/article/view/97>
14. Top 10 Corporate Social Responsibility Trends in 2023. Insights Discovery StartUs. URL: <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/corporate-social-responsibility-trends/>
15. Проданова Л.В., Шерстюкова К.Ю. Соціальна відповідальність бізнесу. *Вісник ДонНУЕТ ім. М.І. Туган-Барановсько-го. Серія «Економічні науки»*. 2020. № 2. С. 49–60.

REFERENCES:

1. Frolova, L. and Yermak, S. (2021). Rozvytok korporativnoyi sotsialnoi vidpovidalnosti sered biznes-struktur Ukrainy [Development of corporate social responsibility among business structures of Ukraine]. *Efektivna ekonomika*. Vol. 4.

- Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8830>
2. Malinovska O., Sebestianovych I. (2019). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist biznesu yak faktor staloho rozvytku sotsialno-ekonomichnykh system riznoho rivnia [Corporate social responsibility of business as a factor of sustainable development of socio-economic systems of various levels]. *Molodyi vchenyi*. № 11(2), 542–545.
 3. Tkachuk S., Stakhurska S., Stakhurskyi V. (2019). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist biznesu yak zaporuka uspishnoho pidpriemnytstva v usikh sferakh diialnosti [Corporate social responsibility of business as a key to successful entrepreneurship in all spheres of activity]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*. № 11, 109–119.
 4. Yermolenko, O., Lysonkova N. (2023). Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak faktor pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Social responsibility of business as a factor in increasing the competitiveness of the enterprise]. Modern problems of science, education and society: the 3rd International scientific and practical conference (May 22-24, 2023). Kyiv : SPC «Sciconf.com.ua», 1156–1161.
 5. Dolhova L. (2023). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: suchasni svitovi trendy [Corporate social responsibility: modern global trends]. *Efektivna ekonomika*. № 5. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2023_5_35
 6. Dluhopolskyi O., Oliinyk D. (2020). Sotsialna vidpovidalnist biznesu: pryklady rozvynutykh krain svitu dlia Ukrainy [Social responsibility of business: examples of developed countries of the world for Ukraine]. *Yevropeyskyi naukovyi zhurnal ekonomichnykh ta finansovykh innovatsii*. № 2(6), 265–273.
 7. Malakhova Yu., Myronenko D. (2021). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak konkurentna perevaha pidpriemstva na mizhnarodnomu rynku [Corporate social responsibility as a competitive advantage of the enterprise in the international market]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. Seriya : Ekonomichni nauky*. № 1, 69–73.
 8. Dluhopolska T., Sentyk M. (2022). Uspishni keisy mizhnarodnykh kompanii u sferi korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti [Successful cases of international companies in the field of corporate social responsibility]. *Sotsialno-ekonomichni vidnosyny v tsyvrovomu suspilstvi*. № 4(46), 49–57.
 9. Hrazhevska N., Mostepaniuk A. (2018). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak chynnyk nahromadzhennia novitnikh form kapitalu v suchasni rynkovii ekonomitsi [Corporate social responsibility as a factor in the accumulation of new forms of capital in the modern market economy]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnogo universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika*. Vol. 2, 12–19.
 10. Masiuk Yu. (2018). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak nova forma vedennia biznesu za suchasnykh umov staloho rozvytku ekonomiky [Corporate social responsibility as a new form of business under modern conditions of sustainable economic development]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya : Mizhnarodni vidnosyny*. Vol. 45, 321–330.
 11. Besarab S., Koshel A. (2019). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak suchasna forma vedennia biznesu [Corporate social responsibility as a modern form of business]. *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*. 2019. Vol. 45, 14–25.
 12. Mahylias Yu. (2022). Sotsialno vidpovidalnyi biznes v umovakh tsyvrovoi transformatsii suspilstva [Socially responsible business in the conditions of digital transformation of society]. *Aspekty publichnoho upravlinnia*. № 10(6), 55–60.
 13. Tatyantseva Yu., Yurieva I., Nazarova T. (2023). Vplyv rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti ta staloho tsyvrovoho marketingu na finansovu skladovu biznes-protsesiv v umovakh tsyvrovoi ekonomiky [The impact of the development of social responsibility and sustainable digital marketing on the financial component of business processes in the conditions of the digital economy]. *Acta Academiae Beregsasiensis: Economics*. № 4. Available at: <https://aab-economics.kmf.uz.ua/aabe/article/view/97>
 14. Top 10 Corporate Social Responsibility Trends in 2023. Insights Discovery StartUs. Available at: <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/corporate-social-responsibility-trends/>
 15. Prodanova L.V., Sherstiukova K.Iu. (2020). Sotsialna vidpovidalnist biznesu [Social responsibility of business]. *Visnyk DonNUET im. M.I. Tuhana-Baranovskoho. Seriya «Ekonomichni nauky»*. № 2, 49–60.