

УДК 330.131.7:316.42:005.35:338.2:341.171:004:7.01

**Данкевич Андрій Євгенович**

*доктор економічних наук,  
професор кафедри економіки і права  
Національний університет харчових технологій*

**Dankevych Andrii**

*Doctor of Economics, Professor of the Department of Economics and Law  
National University of Food Technology  
ORCID: 0000-0003-1801-7516*

**Ніценко Віталій Сергійович**

*доктор економічних наук,  
професор кафедри підприємництва та маркетингу  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

**Nitsenko Vitalii**

*Doctor of Economics,  
Professor of the Department of Entrepreneurship and Marketing  
Ivano-Frankivsk National Technical Oil and Gas University  
ORCID: 0000-0002-2185-0341*

**Шпак Андрій Дмитрович**

*кандидат економічних наук,  
асистент кафедри менеджменту та маркетингу  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна*

**Shpak Andrii**

*PhD in Economics,  
An Assistant at the Management and Marketing Department  
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University  
ORCID: 0009-0002-4260-1683*

**Липовий Дмитро Валерійович**

*кандидат економічних наук, докторант Інституту тваринництва  
Національна академія аграрних наук України*

**Lypovyi Dmytro**

*Candidate of Economic Sciences, Doctoral Student of the  
Livestock Farming Institute  
National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine  
ORCID:0009-0008-5560-9864*

DOI: 10.25313/2520-2294-2025-4-10847

**ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА ЕКОНОМІСТА ТА СОЦІАЛЬНА  
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНИХ ЗМІН:  
КОРПОРАТИЗАЦІЯ, ЦИФРОВІЗАЦІЯ, ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ  
ТА КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА**

**PROFESSIONAL ETHICS OF AN ECONOMIST AND SOCIAL  
RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN THE CONDITIONS  
OF INNOVATIVE CHANGES: CORPORATION, DIGITALIZATION,  
EUROPEAN INTEGRATION AND CREATIVE ECONOMY**

**Анотація.** Вступ. Професійна етика економіста та соціальна відповідальність бізнесу у сучасному розумінні в Україні пройшла тривалий шлях трансформацій. Вона еволюціонувала від централізованої моделі радянської доби де держава забезпечувала базові соціальні гарантії для життя громадян, але була обмежена ідеологічними рамками, до сучасних підходів, орієнтованих на глобальні стандарти сталого розвитку, корпоративну етику та активну участь бізнесу у вирішенні соціальних проблем. Цифровізація, війна радикально змінюють соціальні стандарти, сприяючи прогресу, але потребують швидких дій, щоб мінімізувати їх негативний вплив. Основним завданням сучасного суспільства є адаптація соціальних стандартів до нових реалій, забезпечення цифрової рівності та захист інтересів людей у світі, де технології відіграють ключову роль. В цих умовах креативні ідеї стають важливим інструментом формування синергетичних ефектів взаємодії суб'єктів середовища для забезпечення соціальної підтримки.

Мета. Метою дослідження є розкриття концептуальних теоретико-методологічних засад професійної етики економіста в парадигмі соціальної відповідальності бізнесу в умовах змін.

Матеріали і методи. В процесі здійснення дослідження було використано наступні наукові методи: теоретичного узагальнення та групування компонентів інституційних засади етики в бізнесі; формалізації, аналізу та синтезу (для побудови схеми формування етичних аспектів ролі економіста в парадигмі соціальної відповідальності бізнесу); діалектичний метод використовувався для визначення змін в соціально орієнтований підхід компаній та наслідки таких змін; герменевтичний метод використовувався з метою пошуку зв'язків між міжнародними нормами та стандартами щодо соціально-етичного та іншого ставлення до компаній, що впроваджуються в рамках КСВ; системного аналізу – аналіз взаємозв'язків змін соціально етичних цінностей бізнесу та їх наслідків для керівництва компаній та інших зацікавлених сторін; логічного узагальнення результатів (формулювання висновків).

Результати. У науковій статті розкрито інституційні засади парадигми етики економіста в контексті соціальної відповідальності бізнесу в умовах змін. Проаналізовано основні інституційні відмінності в трактуванні категорій соціальна відповідальність бізнесу та корпоративна соціальна відповідальність та ролі етики економіста в них. У рамках цього дослідження нами вивчено основні моделі розвитку КСВ, та детермінанти епохи змін під впливом яких відбувається формування їх соціально-етичних принципів в Україні. Сформовано коло науково-практичних проблем та шляхів їх вирішення, в т.ч. із використанням креативних ідей, як рушійної сили змін у питанні соціально-етичного напрямку розвитку бізнесу майбутнього. Запропоновано авторське бачення етики економіста КСВ в контексті сучасних трансформацій економіки.

Перспективи. В умовах змін етика економіста в доктрині соціальної відповідальності має стати інструментом синергії різних концепцій сучасних трансформацій що дозволить компанії не тільки реалізовувати свої економічні інтереси, але й сприяти розвитку технологій, що відповідають сучасним соціальним та екологічним викликам, створюючи більш стійке і інклюзивне суспільство. В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на дослідженні ролі і значення соціальних інститутів у формуванні морального порядку в суспільстві, в тому числі у напрямку посилення міждисциплінарного діалогу. Це надасть змогу покращити організацію бізнес процесів на основі етичних принципів; змінити менталітет людей.

**Ключові слова:** професійна етика економіста, соціальна відповідальність, соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність, інноваційний розвиток економіки, інновації, інвестиції, сталий розвиток, євроінтеграція, цифровізація, цифрова трансформація, креативна економіка, креативні ідеї змін.

**Summary.** Introduction. The ethics of social responsibility of business in the modern sense in Ukraine has gone through a long path of transformations. It has evolved from the centralized model of the Soviet era, where the state provided basic social guarantees for the lives of citizens, but was limited by ideological frameworks, to modern approaches focused on global standards of sustainable development, corporate ethics and active participation of business in solving social problems. Digitalization, war radically change social standards, contributing to progress, but require quick action to minimize their negative impact. The main task of modern society is to adapt social standards to new realities, ensure digital equality and protect the interests of people in a world where technology plays a key role. In these conditions, creative ideas become an important tool for forming synergistic effects of interaction between environmental actors to ensure social support.

Goal. The purpose of the study is to reveal the conceptual theoretical and methodological foundations of economist ethics in the paradigm of business social responsibility in conditions of change.

Materials and methods. In the process of conducting the research, the following scientific methods were used: theoretical generalization and grouping of components of the institutional principles of ethics in business; formalization, analysis and synthesis (to build a scheme for the formation of ethical aspects of the role of an economist in the paradigm of social responsibility of business); the dialectical method was used to identify changes in the socially oriented approach of companies and the consequences of such changes; the hermeneutic method was used to find connections between international norms and standards regarding socio-ethical and other attitudes towards companies implemented within the framework of CSR; systems analysis – analysis of the interrelationships of changes in socio-ethical values of business and their consequences for company management and other stakeholders; logical generalization of results (formulation of conclusions).

Results. The scientific article reveals the institutional foundations of the economist's ethics paradigm in the context of business social responsibility in the context of change. The main institutional differences in the interpretation of the categories of business social responsibility and corporate social responsibility and the role of economist's ethics in them are analyzed. Within

the framework of this study, we have studied the main models of CSR development and the determinants of the era of change under the influence of which the formation of their social and ethical principles in Ukraine takes place. A range of scientific and practical problems and ways to solve them has been formed, including using creative ideas as a driving force for changes in the issue of the social and ethical direction of business development of the future. The author's vision of the ethics of the economist's CSR in the context of modern economic transformations is proposed.

Prospects. In the context of changes, the ethics of the economist in the doctrine of social responsibility should become an instrument of synergy of various concepts of modern transformations, which will allow the company not only to realize its economic interests, but also to promote the development of technologies that meet modern social and environmental challenges, creating a more sustainable and inclusive society. In further scientific research, it is proposed to focus attention on studying the role and significance of social institutions in the formation of moral order in society, including in the direction of strengthening interdisciplinary dialogue. This will allow to improve the organization of business processes based on ethical principles; change the mentality of people.

**Key words:** economist's ethics, social responsibility, business social responsibility, corporate social responsibility, innovative economic development, innovation, investment, sustainable development, European integration, digitalization, digital transformation, creative economy, creative ideas for change.

**Постановка проблеми.** Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) є концепцією, яка передбачає інтеграцію соціальних, екологічних і економічних цілей у діяльність підприємств. Цей підхід спрямований на збалансування інтересів бізнесу, суспільства та довкілля. Основні принципи СВБ: *етицизм* — дотримання норм етики у взаєминах із працівниками, партнерами та споживачами; *сталій розвиток* — впровадження практик, що сприяють довгостроковій екологічній стабільності; *підтримка громад* — участь у соціальних ініціативах, спрямованих на поліпшення життя місцевих громад. Їх дотримання сприяє формуванню позитивного іміджу, довгостроковій стабільності та сталому розвитку як компаній, так і суспільства загалом.

Трансформації ореолу існування суспільства змінюють підходи до соціальної відповідальності. У корпоративних структурах СВБ стає частиною стратегії, що дозволяє підвищити довіру інвесторів, клієнтів і суспільства. Їх характерною рисою є: *інституційні механізми* — формування комітетів із соціальної відповідальності та впровадження звітності за стандартами ESG (екологічна, соціальна та корпоративна відповідальність); *прозорість* — корпорації активно звітують про свою діяльність; *підтримка бренду* — СВБ використовується як інструмент репутаційного менеджменту.

Цифрові технології мають значний потенціал для сприяння соціальній справедливості, але їх впровадження повинно враховувати виклики, пов'язані з нерівністю та етичними ризиками. Лише комплексний підхід, що поєднує інновації, етику та соціальну відповідальність, здатний зробити технології справжнім інструментом рівності, захисту та інноваційного розвитку.

Коло питань, які мають вирішувати компанії, лежить у двох площинах: зовнішній і внутрішній. Якщо внутрішня спрямованість роботи керівництва формує належні умови праці, санітарію та безпеку праці, необхідні умови для відпочинку, екологічно безпечні технології виготовлення продукції та

вплив на екологію, гідну винагороду за результати праці, культурні заходи та розвиток корпоративної культури тощо; тоді зовнішні процеси безпосередньо впливають на роботу компанії і часто не залежать від волі керівництва самої компанії.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Основоположниками концепції КСВ в різний час були Carroll AB (1991), Frederick WC (1994), Swanson DL (1995) та інші видатні зарубіжні вчені. Carroll AB розвинув і вперше поширив розуміння КСВ в цілому як базової моделі, Frederick WC назвав цей процес корпоративною соціальною сприятливістю. В основі обох підходів лежать відносини з суспільством, але в першому випадку вони представлені широко і стосуються всіх аспектів функціонування бізнесу, в іншому — через систему управлінських відносин.

Етичні та соціальні питання в рамках КСВ є їх невід'ємною частиною. Про це, зокрема, йдеться у працях визнаних класиків вчених: Гарретта Т. М. і Клоноскі Р. Дж. (у розумінні ділової етики) (1985, Ділова етика), Джеймса В. (етика прагматизму) (1907, Прагматизм: нова назва для деяких) та ін. [1].

Загалом під КСВ розуміють бізнес-практику, засновану на етичному та соціально орієнтованому ставленні до співробітників, людей і суспільства в цілому, посиленні екологічної спрямованості, покращенні іміджу компанії і, як наслідок, інвестиційній привабливості, прибутковості та економічній ефективності. Керролл Б. А. (1991) виділив її етичну чи моральну складову в КСВ і дослідив етичні підходи до управління — аморальні та моральні.

На наше переконання етика економіста КСВ в умовах змін, як частина стратегії бізнесу, яка орієнтована на довгострокову сталу вигоду, як для компанії, так і для суспільства в цілому має враховувати національну специфіку та швидко генерувати адаптації до нових реалій та демонстрації відповідальності в кожному аспекті своєї діяльності.

**Метою статті** є розгляд теоретико-методологічних й інституційних засад етика економіста в парадигмі соціальної відповідальності бізнесу в умовах змін.



**Матеріали і методи.** В процесі здійснення дослідження було використано наступні наукові методи: теоретичного узагальнення та групування компонентів інституційних засади етики в бізнесі; формалізації, аналізу та синтезу (для побудови схеми формування етичних аспектів ролі економіста в парадигмі соціальної відповідальності бізнесу); діалектичний метод використовувався для визначення змін в соціально орієнтований підхід компаній та наслідки таких змін; герменевтичний метод використовувався з метою пошуку зв'язків між міжнародними нормами та стандартами щодо соціально-етичного та іншого ставлення до компаній, що впроваджуються в рамках КСВ; системного аналізу — аналіз взаємозв'язків змін соціально етичних цінностей бізнесу та їх наслідків для керівництва компаній та інших зацікавлених сторін; логічного узагальнення результатів (формулювання висновків).

**Виклад основного матеріалу.** Період 2005–2010 років став відправним етапом для розвитку КСВ в Україні. За цей час КСВ пройшла шлях від епізодичної благодійності до системного підходу, інтегрованого в стратегії бізнесу. Це заклало основи для подальшого розвитку соціальної відповідальності в умовах глобалізації та євроінтеграції. Український бізнес переживає тривалу трансформацію, яка зумовлена не лише глобальними ініціативами цифровізації, подоланням наслідків COVID19, а й військовою агресією Російської Федерації проти України. Тому питання соціально відповідального бізнесу (СВБ) є особливо актуальними.

В Україні, як орієнтир розвитку КСВ поряд із міжнародно-правовими нормами, у цій сфері, прийнято Концепцію реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року [11]. У 2020 році в Україні було впроваджено ISO 26000. Його основна мета полягає в об'єднанні цілей держави та бізнесу, бізнесу та суспільства щодо створення належних умов для соціально-економічного розвитку. Основними напрямками розвитку в концепції є: поліпшення навколишнього природного середовища, зайнятості населення, розвитку трудової зайнятості.

СВБ часто ототожнюють із КСВ. Однак це не зовсім так (див рис 1). Останнє поняття є ширшим за змістом, оскільки крім корпоративних структур охоплює й інші форми підприємств та організацій. У цьому дослідженні ці категорії будуть використовуватися як ідентичні. Соціальна відповідальність бізнесу охоплює всі рівні бізнесу і зосереджена на загальних етичних принципах. Натомість корпоративна соціальна відповідальність є специфічним підходом, характерним для великих корпорацій, що включає формалізацію і системний підхід до вирішення соціальних, екологічних та економічних викликів. КСВ — це системний підхід до інтеграції стійкості та етичності у корпоративну стратегію, орієнтований на глобальні цілі. СВБ — це ширший

концепт, який може бути реалізований на будь-якому рівні бізнесу, орієнтуючись на локальні проблеми та потреби. КСВ більше зосереджена на етиці через стратегічний підхід до вирішення глобальних викликів. СВБ реалізує етичні принципи на локальному рівні через практичні дії, що безпосередньо впливають на суспільство.

У середовищі, що постійно змінюється, професійно етичні підходи економіста до КСВ і СВБ повинні бути гнучкими, інноваційними та соціально відповідальними. Важливими елементами є інтеграція сталого розвитку, технологічних інновацій та підтримка соціальної рівності. У цьому контексті етика економіста виступає як орієнтир для створення справедливих, прозорих і сталих економічних моделей, що відповідають потребам сучасного суспільства і враховують майбутнє. Основна відмінність між даними категоріями полягає у різних акцентах в підходах до корпоративної відповідальності, особливо в умовах динамічних змін.

Прозоре управління та публікація фінансової та нефінансової звітності є мірилом відкритості та чесності компанії. Принципи КСВ, викладені в стратегії розвитку компанії, реалізовані в повній мірі. Всі зацікавлені внутрішні та зовнішні сторони задоволені діяльністю компанії. Компанія разом з територіальними громадами, освітніми центрами, благодійними фондами та організаціями, громадськими формуваннями, органами державної влади робить великий внесок у вирішення проблемних питань.

Найпоширеніші моделі політики СВБ, прийняті у США, континентальній Європі та Великій Британії. Головна особливість американської моделі передбачає максимальну самостійність корпорацій у визначенні свого суспільного внеску, через відповідні податкові пільги та заліки при мінімальному державному регулюванні. *Модель СВБ континентальної Європи* є своєрідною системою державного регулювання за допомогою норм, стандартів і законів відповідних держав. При цьому європейські корпорації є більш обмеженими у питаннях своєї відповідальності перед суспільством. *А британська модель* поєднує у собі елементи американської та континентальної моделей. *Азійська модель СВБ* передбачає активне державне регулювання при якому бізнес виконує майже всі соціальні зобов'язання стосовно своїх працівників: надають житло, заохочують розвиток сімейних професійних династій, оплачують навчання, охорону здоров'я та пенсійне забезпечення. *Африканська модель СВБ* зосереджена на адресному розв'язанню соціальних та екологічних проблем громад, притаманних найбільш біднішим країнам світу [5]. Порівняльна характеристика основних національних моделей соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) дає змогу зрозуміти, як різні країни підходять до концепції відповідальності бізнесу перед суспільством і як діяти Україні (рис. 1).

За даними Deloitte (2023 рік), глобальні витрати на корпоративну соціальну відповідальність досягли понад \$20 мільярдів. Основні напрями: екологічні ініціативи (40%), освіта та розвиток громад (30%), охорона здоров'я (20%) і соціальна справедливість (10%). Дослідження Центру корпоративної соціальної відповідальності в Україні (2021 р.) показало, що: 75% великих українських компаній впроваджують КСВ у своїй діяльності. Найбільші інвестиції спрямовуються на екологічні ініціативи (35%) і розвиток місцевих громад (30%). Середній бюджет на КСВ проекти складає близько 1,5% від прибутку компанії.

Незважаючи на наслідки військових дій на території України, вітчизняні компанії трансформують свої бізнес-процеси в напрямку впровадження соціально орієнтованих цінностей. Українські компанії

впроваджують практики КСВ, щоб підвищити довіру зовнішніх зацікавлених сторін, особливо державних органів влади, територіальних громад, постачальників та підрядників, до інвесторів, банківських установ, клієнтів, біржі тощо; та внутрішні стейкхолдери — працівники, керівники, акціонери тощо.

На основі відкритих джерел інформації компанії, за допомогою аналізу PESTLE, ми стратифікували основні детермінанти, що мають зовнішній і внутрішній вплив на діяльність компанії щодо реалізації нею соціально-етичних та інших принципів в умовах запровадження КСВ (рис. 3).

На соціальну орієнтацію та етичну поведінку компанії впливає: політичні, економічні, соціальні, технологічні, юридичні, екологічні, цифрові. Іноді, на наш погляд, деякі компоненти пов'язані з декількома групами факторів, що пов'язано

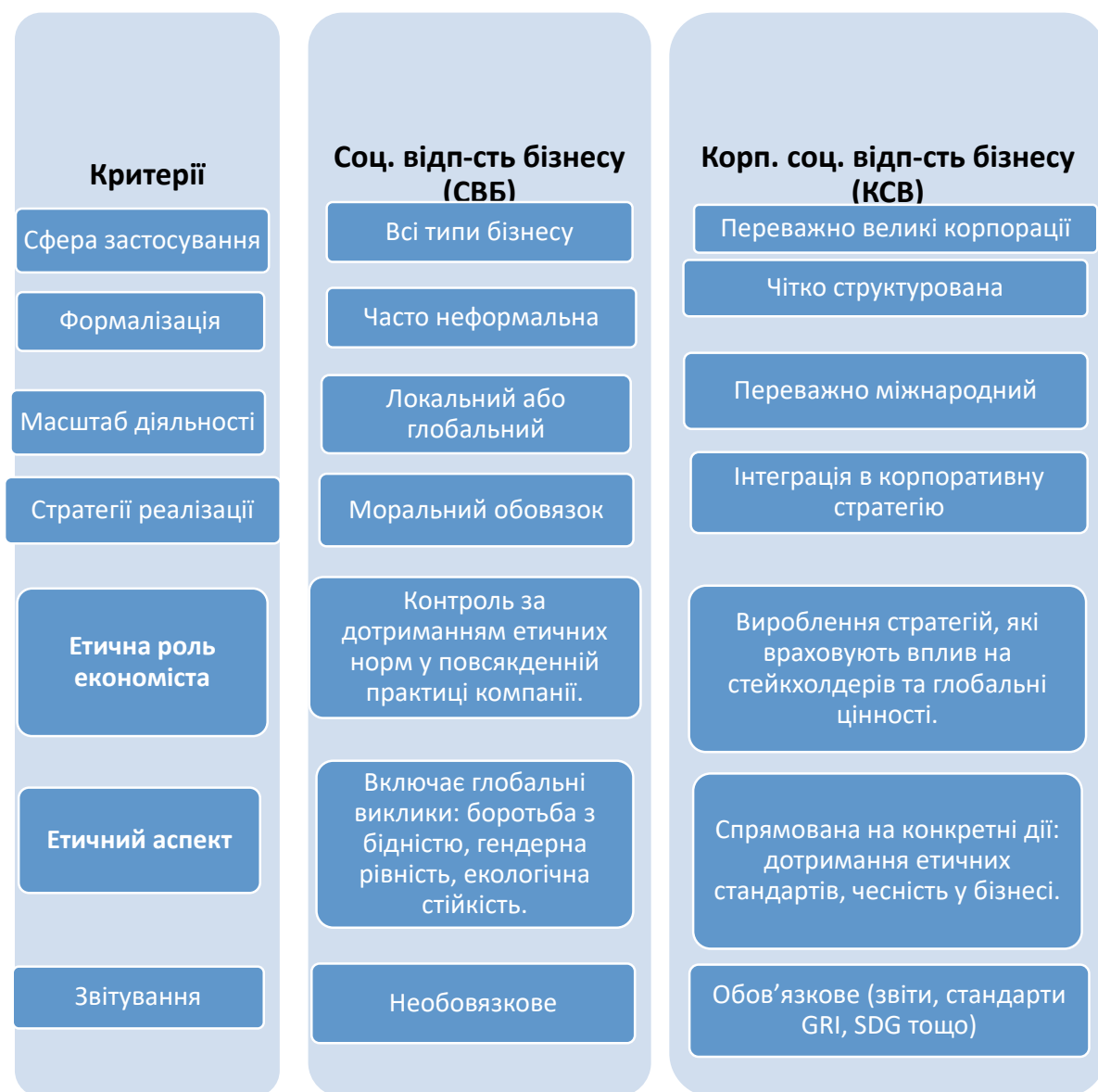


Рис. 1. Професійна етики економіста в парадигмі соціальної та корпоративно-соціальної відповідальності бізнесу  
Джерело: сформовано на основі аналізу [3; 15; 17; 22; 18] та власних досліджень

з багатовпливовістю таких компонентів. Проведений поділ свідчить, що незважаючи на домінування економічного та правового факторів на перше місце починає виходити цифровий та все що з ним пов'язане.

Цифровізація — це інструмент, який може або слугувати на благо, або ставати загрозою. Усе залежить від того, як суспільство, держава та сама компанія адаптуються до змін. Професійна етика

економіста в контексті соціального захисту від ризиків цифровізації вимагає комплексного підходу, який об'єднує правові, технічні та освітні заходи. Головне завдання — створити умови, за яких цифрові технології стануть інструментом покращення якості життя, а не джерелом загроз. Це вимагає запровадження додаткових інструментів адаптації, навчання та відповідального підходу до використання технологій.

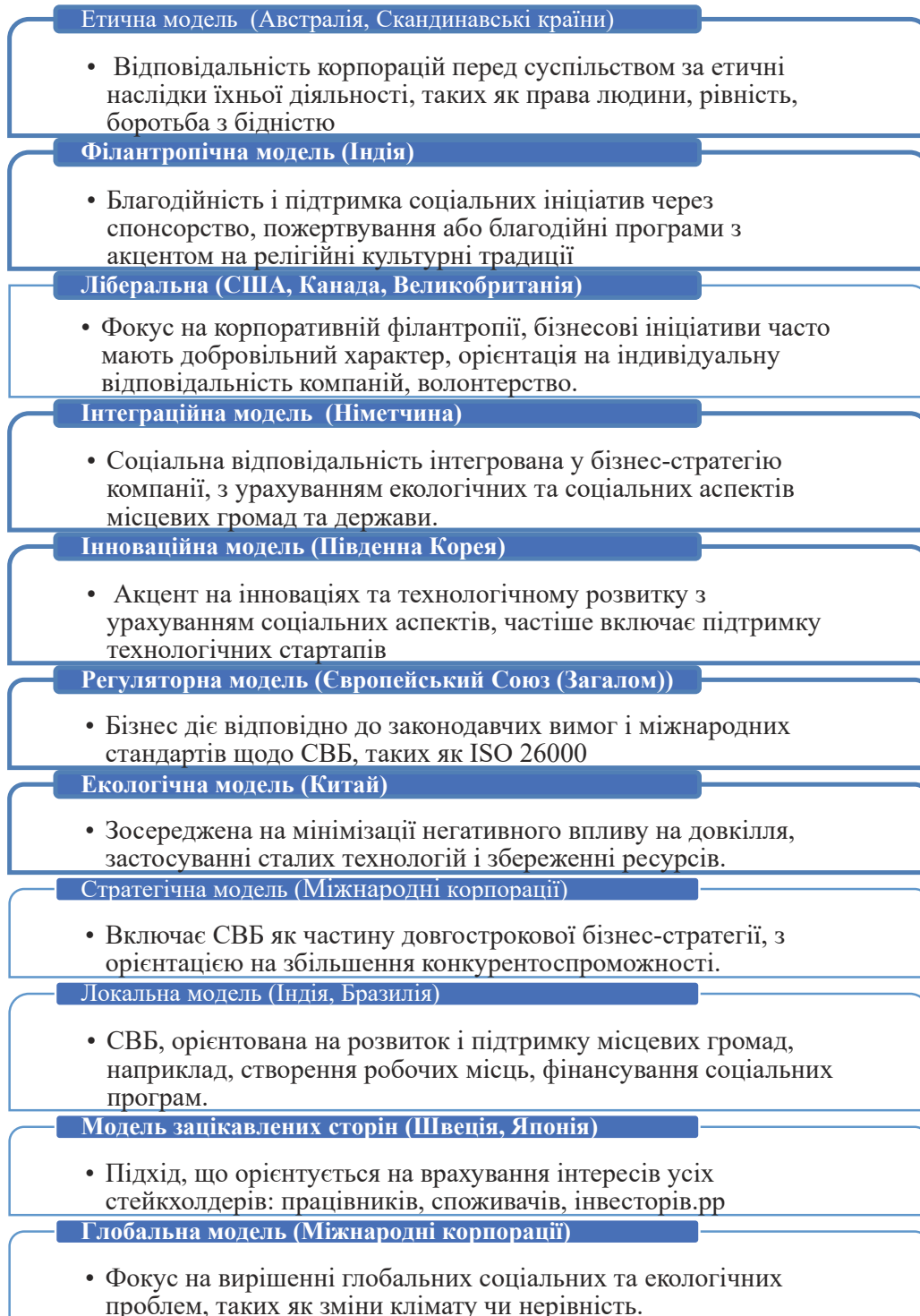


Рис. 2. Моделі соціальної відповідальності бізнесу  
Джерело: сформовано на основі аналізу [3; 7] та власних досліджень

Реалізація соціальних факторів здійснюється шляхом підтримки місцевих програм соціального розвитку, підвищення довіри споживачів, підвищення кваліфікації та перепідготовки працівників, які втратили роботу, створення здорових та безпечних умов праці на робочому місці, надання пакету соціальних гарантій, підвищення добробуту працівників тощо.

Правові фактори регулюють дотримання компанією національного законодавства та міжнародних стандартів, норм і правил, власних (внутрішньо-корпоративних) розроблених і затверджених кодек-

сів, політик і стандартів. Наразі Україна ратифікувала більшість міжнародних актів у сфері КВС: Глобальний договір, Керівні принципи бізнесу та прав людини, Цілі сталого розвитку, Соціальна відповідальність 8000, Керівництво щодо соціальної відповідальності ISO 26000. Гармонізація українського законодавства з європейськими стандартами впливає на бізнес-середовище. Бізнес повинен адаптувати свої практики до вимог ЄС, зокрема в екологічній та трудовій сферах; розширила доступ до ринків ЄС — соціально відповідальні компанії мають кращі шанси на партнерство з європейськими фірмами;



Рис. 3. Детермінанти формування етичної парадигми соціальної відповідальності бізнесу в умовах змін  
Джерело: сформовано на основі аналізу [6; 22; 23; 24] та власних досліджень



залучення іноземних інвестицій — підприємства, що дотримуються принципів СРБ, сприймаються інвесторами як надійні партнери.

Група політичних факторів розкриває здатність компанії виконувати свої зобов'язання. Це може бути боротьба з корупцією, прозора звітність, відсутність цінової дискримінації, відсутність конфліктних ситуацій, принципи етики по відношенню до зовнішніх стейкхолдерів тощо.

Технологічні фактори створюють безпечні умови праці, знижуючи рівень травматизму за рахунок модернізації існуючих основних засобів виробництва, їх оновлення, впровадження зелених і безвідходних технологій у виробництво, повторне використання відходів виробництва, проходження етапів стандартизації щодо відповідності різним міжнародним і національним стандартам.

Екологічні фактори показують, наскільки компанія дотримується своїх зобов'язань щодо охорони навколишнього середовища. Реалізація заходів щодо впровадження зелених технологій (сонячна енергія, скорочення викидів вуглецю, екологічна упаковка тощо), зменшення викидів забруднюючих речовин та відмова від таких технологій у майбутньому, витрати на збереження біорізноманіття місцезнаходження компанії та територія, зменшення обсягу природних ресурсів, задіяних у виробництві (вода, земля) та їх збереження тощо. Ця група має прямий вплив на населення громад та територій ведення бізнесу.

Війна суттєво трансформує підходи до КСВ, змушуючи бізнес концентруватися на антикризових заходах, підтримці суспільства та захисті своїх працівників. У таких умовах КСВ стає не лише інструментом репутаційного менеджменту, але й засобом виживання та внеску у відновлення країни після конфлікту. У сучасних нестабільних і турбулентних умовах виникла потреба у розробці (модифікації) моделі СВБ для компаній, що працюють в умовах воєнного часу. Запропонована модель міститиме такі елементи: безперервність бізнесу; безпека людей; допомога армії; партнерство та місцеві громади.

Професійна етика економіста в парадигмі соціальної відповідальності бізнесу в умовах змін стає важливим інструментом для досягнення сталого розвитку, зміцнення довіри суспільства та підвищення конкурентоспроможності українських компаній. Вона має стати складовою бізнес-процесів, а не лише маркетинговою акцією. Співпраця з європейськими партнерами сприятиме впровадженню європейських стандартів і збільшенню інвестиційної привабливості. Розвиток культури СВБ потребує подальшого поширення її цінностей серед працівників та клієнтів.

Креативна економіка має величезний потенціал для впровадження етичних принципів КСВ завдяки своїй гнучкості, інноваційності та орієнтованості на людські цінності. Інтеграція соціально відповідальних практик у креативний сектор сприятиме сталому

розвитку, розширенню можливостей для громад і забезпеченню економічного зростання. Вона допомагає бізнесу впроваджувати нові підходи до вирішення соціальних, екологічних та економічних викликів, використовуючи креативність як рушійну силу змін.

Креативність є важливим інструментом етики економіста та дієвим рушієм змін у КСВ, дозволяючи бізнесу бути гнучким, інноваційним і соціально відповідальним. Творчий підхід допомагає вирішувати актуальні проблеми суспільства, формувати позитивний імідж компаній і сприяти сталому розвитку у глобальному масштабі. Переваги креативних змін у КСВ: підвищення залучення аудиторії (креативність привертає увагу та сприяє взаємодії з громадськістю); стимулювання інновацій (нові ідеї допомагають вирішувати складні соціальні та екологічні виклики); розширення соціального впливу (залучення креативних підходів дозволяє бізнесу створювати значущі зміни у суспільстві). До основних креативних ідей для змін у КСВ слід віднести: гейміфікація соціальної відповідальності, інтерактивні екологічні акції, технології для сталого розвитку, культурні ініціативи, соціальні інновації, еко-стимули для споживачів.

**Висновок.** В умовах змін етика економіста в доктрині соціальної відповідальності має стати інструментом синергії різних концепцій сучасних трансформацій що дозволить компанії не тільки реалізовувати свої економічні інтереси, але й сприяти розвитку технологій, що відповідають сучасним соціальним та екологічним викликам, створюючи більш стійке і інклюзивне суспільство. КСВ стане основою для гармонійного розвитку людини і цифри, що відповідає вимогам сталого розвитку та забезпечує блага для майбутніх поколінь.

Перспективами адаптації етики економіста в КСВ в умовах змін має стати: розробка єдиного законодавства, зокрема прийняття закону про КСВ; залучення стейкхолдерів до розробки та реалізації рекомендацій та вплив на стейкхолдерів компанії; посилення міждисциплінарного діалогу між економістами, філософами та соціологами; формування практичних рекомендацій для бізнесу та державної політики на основі етичних принципів. Запровадження законодавчої підтримки СВБ, а саме обов'язкових вимог до соціальної звітності компаній; посилення правової обізнаності суспільства, імплементації норм і стандартів міжнародних організацій у їх повсякденну діяльність. Посилення ролі креативної економіки може значно допомогти в створенні сталого та інклюзивного цифрового середовища, де людина та цифра можуть гармонійно співіснувати.

Для успішної реалізації соціальної відповідальності бізнесу в умовах динамічних змін важливо враховувати інтереси всіх зацікавлених сторін, створюючи баланс між економічними цілями, етичними принципами та очікуваннями суспільства.



### Література

1. Nitsenko V., Dankevych A., Dzoba O., Ustenko A., Bashynska Yu. (2024). Ethical and social incentives for the transformation of the business model of enterprise management in conditions of sustainable development. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*. № 4. P. 172–180.
2. Stiglitz J. E. The Price of Inequality: How Today's Divided Society Endangers Our Future. New York: W. W. Norton & Company, 2012.
3. Саприкіна М. А., та ін. (2011). Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник / за ред. д. е. н., Редькіна О. С. К.: Вид-во «Фарбований лист», 480 с.
4. Kovalchuk S. [et al.] (2024). Creative Economy and Value Creation through Marketing Analytics: New Approaches and Opportunities. *Pak. j. life soc. Sci.* Vol. 22 (2). P. 9812–9824. <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.00741>.
5. Denysiuk O., [et al.] (2022). Diversification in the enterprises' activities for sustainable development in the agricultural sector. *Rivista di studi sulla sostenibilita*. P. 18. P. 85–102. doi 10.3280/RISS2022-002007.
6. Данкевич В., Данкевич А. Інтернет речей та штучний інтелект як ключові елементи інноваційного розвитку підприємств в епоху цифрових викликів. *Актуальні проблеми економіки*. 2024. № 7. С. 165–173.
7. Етика бізнесу: навч.-метод. посіб. для аудиторного та самостійного вивчення дисципліни / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т ім. Павла Тичини; уклад.: О. Г. Чирва, Г. М. Чирва. Умань : Візаві, 2021. 115 с.
8. Dankevych A., [et al.] (2023). EU integration and the business efficiency of the quality control system of dairy products: The dilemma of ukrainian enterprises. In: *Recent Trends in Business and Entrepreneurial Ventures* (pp. 61–83). Hauppauge, New York: Nova Science Publishers. <https://doi.org/10.52305/KZZV1105>.
9. Данкевич В., Данкевич А. Вплив інтернету речей та цифрової трансформації на ефективність роботи митниці в умовах лібералізації міжнародної торгівлі продовольством. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2024. № 78. С. 172–180.
10. Данкевич А. Роль агрохолдингів у соціальному розвитку села. *Агросвіт*. 2011. № 12. С. 30–35.
11. Кабінет Міністрів України (2020). Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року: Розпорядження № 66-р 24.01.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/66-2020-p?lang=en> (дата звернення: 01.04.2025).
12. Данкевич А. Передумови та основні принципи розвитку агрохолдингів. *Економіка АПК*. 2011. № 5. С. 139–147.
13. Данкевич А. Методологічні основи розвитку бюджетування у сільському господарстві. *Економіка АПК*. 2008. № 6. С. 64–69.
14. Данкевич А. Особливості розвитку земельних відносин в умовах концентрації землекористувань. *Землеустрій і кадастр*. 2011. № 2. С. 34–39.
15. Данкевич А. Проблеми та перспективи розвитку орендних земельних відносин у сільському господарстві. *Землеустрій і кадастр*. 2004. № 1–2. С. 88–92.
16. Dankevych A., [et al.] (2024). State of economic security and directions of restoration socio-economic development and food security in the conditions of war. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 2(55). P. 441–460. <https://doi.org/10.55643/fcaptop.2.55.2024.4170>.
17. Dankevych A., [et al.] (2021). Ecological and economic management of innovation activity of enterprises. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*, № 5. P. 112–118. <https://doi.org/10.33271/nvngu/2021-5/118>.
18. Данкевич А. Організаційно-економічні складові раціонального господарювання. *Економіка АПК*. 2011. № 6. С. 22–27.
19. Данкевич А. Напрями підвищення ефективності господарської діяльності агрохолдингів. *АгроІнКом*. 2011. № 4–6. С. 76–79.
20. Методичні рекомендації щодо оптимізації виробничої структури високотоварних с.-г. підприємств Житомирської області / Р. І. Рудик, Т. Ю. Приймачук [та ін.]; Інститут сільськ. госп. Полісся НААН. Житомир, 2016. — 97с.
21. Наукові основи агропромислового виробництва в Зоні Полісся і Західного регіону України / Редкол.: М. В. Зубець та ін. К.: Логос. 2010. 944 с.
22. Horák J., [et al.] (2023). Bioenergy production from sunflower husk in Ukraine: potential and necessary investments. *Journal of Business Economics and Management*, 24(1), P. 1–19. <https://doi.org/10.3846/jbem.2023.17756>
23. Данкевич А. Є., Ніценко В. С., Липовий Д. В., Данкевич В. Є. Етика економіста та соціальна відповідальність бізнесу: інституційні засади та сталий розвиток. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»*. 2025. № 3. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-3-10779>.
24. Modern trends in digital transformation of marketing & management: collective monograph / ed. by O. Chukurna, V. Zamlynskyi. Košice: Vysoká škola bezpečnostného manažérstva v Košiciach, 2023. 604 p.

### References

1. Nitsenko, V., Dankevych, A., Dzoba, O., Ustenko, A., Bashynska Yu. (2024). Ethical and social incentives for the transformation of the business model of enterprise management in conditions of sustainable development. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*. № 4. P. 172–180.

2. Stiglitz, Joseph E. The Price of Inequality: How Today's Divided Society Endangers Our Future. New York: W.W. Norton & Company, 2012.
3. Corporate social responsibility: models and management practice: textbook / Saprykina M. A., Lyashenko O., Saensus M. A. and others / edited by Doctor of Economics, Redkina O. S. Kyiv: Publishing house "Farbovany list", 2011. 480 p.
4. Kovalchuk, S. [et al.] (2024). Creative Economy and Value Creation through Marketing Analytics: New Approaches and Opportunities. *Pak. j. life soc. Sci.* Vol. 22 (2). P. 9812–9824. <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.00741>.
5. Denysiuk, O., [et al.] (2022). Diversification in the enterprises' activities for sustainable development in the agricultural sector. *Rivista di studi sulla sostenibilita*, P. 18. P. 85–10. doi 10.3280/RISS2022-002007.
6. Dankevych, V., Dankevych, A. Internet of Things and Artificial Intelligence as Key Elements of Innovative Development of Enterprises in the Era of Digital Challenges. *Actual Problems of Economics*. 2024. № 7. P. 165–173.
7. Business ethics: teaching and methodical manual for classroom and independent study of the discipline / Ministry of Education and Science of Ukraine, Uman State Pedagogical University named after Pavlo Tychyna; compiled by: O. G. Chirva, G. M. Chirva. Uman: Vizavi, 2021. 115 p.
8. Dankevych, A., [et al.] (2023). EU integration and the business efficiency of the quality control system of dairy products: The dilemma of ukrainian enterprises. In: *Recent Trends in Business and Entrepreneurial Ventures* (pp. 61–83). Hauppauge, New York: Nova Science Publishers. <https://doi.org/10.52305/KZZV1105>.
9. Dankevych, V., Dankevych, A. (2024). The impact of the Internet of Things and digital transformation on the efficiency of customs work in the context of liberalization of international food trade. *Bulletin of the Lviv University of Trade and Economics. Economic Sciences*. № 78. P. 172–180.
10. Dankevych, A. (2011). The Role of Agricultural Holdings in the Social Development of the Village. *Agrosvit*. № 12. P. 30–35.
11. Cabinet of Ministers of Ukraine (2020). On approval of the Concept of implementation of state policy in the field of promoting the development of socially responsible business in Ukraine for the period until 2030: Order № 66-p 24.01.2020. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/66-2020-p?lang=en>.
12. Dankevych, A. (2011). Prerequisites and Basic Principles of the Development of Agricultural Holdings. *Economics of the Agricultural Industry*. № 5. P. 139–147.
13. Dankevych, A. (2008). Methodological foundations of the development of budgeting in agriculture. *Economics of the Agricultural Complex*. № 6. P. 64–69.
14. Dankevych, A. (2011). Peculiarities of the development of land relations in conditions of concentration of land use. *Land Management and Cadastre*. № 2. P. 34–39.
15. Dankevych, A. (2004). Problems and prospects of the development of leased land relations in agriculture. *Land Management and Cadastre*. № 1–2. P. 88–92.
16. Dankevych, A., Stoyanova-Koval, S., Polova, O., Los, Z., Burdeina, N., & Kazak, O. (2024). State of economic security and directions of restoration socio-economic development and food security in the conditions of war. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 2(55). P. 441–460. <https://doi.org/10.55643/fcaptop.2.55.2024.4170>.
17. Dankevych, A., Sosnovska, O., Dobrianska, N., Nikolenko, L., Mazur, Yu., Ingram K. (2021). Ecological and economic management of innovation activity of enterprises. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*, № 5. P. 112–118. <https://doi.org/10.33271/nvngu/2021-5/118>.
18. Dankevych, A. (2011). Organizational and economic components of rational management. *Economics of the Agricultural Industry*. № 6. P. 22–27.
19. Dankevych, A. (2011). Directions for increasing the efficiency of economic activities of agricultural holdings. *AgroIn-Kom*. № 4–6. P. 76–79.
20. Methodological recommendations for optimizing the production structure of high-value agricultural enterprises of Zhytomyr region / R. I. Rudyk, T. Yu. Pryymachuk [et al.]; Institute of Agriculture of Polissya NAAS. Zhytomyr, 2016. 97 p.
21. Scientific foundations of agro-industrial production in the Zone of Polissya and the Western region of Ukraine / Editorial team: M. V. Zubets and others. Kyiv: Logos, 2010. 944 p.
22. Horák, J., [et al.] (2023). Bioenergy production from sunflower husk in Ukraine: potential and necessary investments. *Journal of Business Economics and Management*, 24(1), P. 1–19. <https://doi.org/10.3846/jbem.2023.17756>.
23. Dankevych, A. E., Nitsenko, V. S., Lypovy, D. V., Dankevych, V. E. (2025). Ethics of an economist and social responsibility of business: institutional principles and sustainable development. *International scientific journal "Internauka". Series: "Economic Sciences"*. No. 3. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-3-10779>.
24. Modern trends in digital transformation of marketing & management: collective monograph / ed. by O. Chukurna, V. Zamlynskyi. Košice: Vysoká škola bezpečnostného manažérstva v Košiciach, 2023. 604 p.