УДК 304.4:316.64

Стефанюк Ольга Дмитрівна
кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії
Полтавський університет економіки і торгівлі
Stefaniuk Olga
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Personnel Management, Labor Economics and Economic Theory
Poltava University of Economics and Trade
ORCID: 0000-0001-7362-6096

Альошкіна Людмила Петрівна
кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту
Уманський національний університет садівництва
Alioshkina Ljudmila
PhD, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management
Uman National University of Horticulture
ORCID: 0000-0002-1647-0141

Пітель Ніна Якимівна
кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту
Уманський національний університет садівництва
Pitel Nina
PhD, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management
Uman National University of Horticulture
ORCID: 0000-0002-5320-1522

DOI: 10.25313/2520-2294-2024-7-10072

СТРАТЕГІЧНЕ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ: ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕТИЧНОСТІ, СТАЛОСТІ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ

STRATEGIC IMPLEMENTATION OF CORPORATE RESPONSIBILITY: ENSURING ETHICS, SUSTAINABILITY, AND SOCIAL RESPONSIBILITY IN MODERN BUSINESS

Анотація. *Корпоративна відповідальність стала основою сучасної бізнес-стратегії, зумовлена зростаючими вимогами зацікавлених сторін щодо етичної поведінки, сталого розвитку та соціальної відповідальності. У статті досліджується стратегічне впровадження корпоративної відповідальності, наголошується на інтеграції етичних практик, сталої діяльності та соціальної відповідальності в бізнес-моделі. Досліджуючи ключові рамки, наукові дослідження та сучасні тенденції, дана стаття обґрунтовує, як компанії можуть успішно вбудовувати корпоративну відповідальність у свої основні стратегії, тим самим підвищуючи свою конкурентоспроможність і довгострокову життєздатність.*

Метою статті є дослідження стратегічних підходів до впровадження корпоративної відповідальності в сучасному бізнесі.

Матеріали і методи. Дослідження, присвячене стратегічному впровадженню корпоративної відповідальності з метою забезпечення етичності, сталості та соціальної відповідальності в сучасному бізнесі, використовувало комплексний підхід, який об'єднує як кількісні, так і якісні методи дослідження. Проведено систематичний огляд наукових публікацій, що стосуються корпоративної відповідальності, етичності та сталості в бізнесі. Цей аналіз дозволив визначити ключові концепції, підходи та інструменти, що використовуються в галузі. Зібрані дані були оброблені та проаналізовані за допомогою статистичних методів, що дозволило виявити кореляції, тенденції та важливі залежності між різними факторами, пов'язаними з корпоративною відповідальністю. На основі отриманих даних було розроблено практичні рекомендації щодо стратегічного впровадження корпоративної відповідальності, які можуть бути використані компаніями для покращення їхньої практики у цій сфері. Цей комплексний підхід до дослідження дозволив отримати глибоке розуміння важливості та ефективних стратегій впровадження корпоративної відповідальності у сучасному бізнесі.

Результати. Основні результати наукового дослідження підтверджують, що успішне впровадження корпоративної відповідальності вимагає цілісного підходу, що поєднує етичність, сталість і соціальну відповідальність. Компанії, які демонструють високі стандарти етичної поведінки, частіше здатні залучати та утримувати клієнтів, співробітників і інвесторів. Етичність є основою довіри, що є критичним фактором успіху в сучасному бізнесі. Підтримка сталого розвитку є необхідною умовою для довгострокового успіху підприємства. Впровадження сталісних практик у всіх аспектах діяльності, від виробництва до взаємодії зі спільнотою, сприяє збереженню ресурсів та зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище. Підтримка та розвиток соціальних ініціатив допомагають компаніям зберігати свою репутацію, залучати талановитих працівників та сприяти розвитку спільноти. Ініціативи, спрямовані на підвищення якості життя працівників, підтримку освіти та здоров'я, створюють позитивне враження про бренд та сприяють побудові стійких відносин зі споживачами та іншими зацікавленими сторонами.

Таким чином, стратегічне впровадження корпоративної відповідальності в сучасному бізнесі сприяє не лише підвищенню фінансових показників, а й створенню стійкої конкурентної переваги та сприяє сталому розвитку суспільства в цілому.

Перспективи. Перспективи подальших досліджень у цій області можуть включати глибше вивчення впливу стратегічного впровадження корпоративної відповідальності на різноманітні аспекти бізнесу та суспільства. Необхідно докладніше проаналізувати вплив стратегічного впровадження корпоративної соціальної відповідальності на фінансову продуктивність компаній. Також пропонується оцінити, які конкретні корпоративні стратегії є найбільш ефективними для досягнення цілей етичності, сталості та соціальної відповідальності. Це може включати порівняння різних моделей корпоративної соціальної відповідальності та їх вплив на довгостроковий успіх бізнесу.

Ключові слова: *стратегічне впровадження, корпоративна відповідальність, етичність, сталість, соціальна відповідальність, бізнес, управління, стратегія, сучасний бізнес.*

Summary. *Abstract. Corporate responsibility has become the basis of modern business strategy, driven by the growing demands of stakeholders regarding ethical behavior, sustainable development and social responsibility. The article examines the strategic implementation of corporate responsibility, emphasizes the integration of ethical practices, sustainable operations and social responsibility in the business model. By exploring key frameworks, research and current trends, this article makes the case for how companies can successfully integrate corporate responsibility into their core strategies, thereby increasing their competitiveness and long-term viability.*

The purpose of the article is to study strategic approaches to the implementation of corporate responsibility in modern business.

Materials and methods. The study, devoted to the strategic implementation of corporate responsibility to ensure ethics, sustainability and social responsibility in modern business, used a comprehensive approach that combines both quantitative and qualitative research methods. A systematic review of scientific publications related to corporate responsibility, ethics and sustainability in business was conducted. This analysis identified key concepts, approaches and tools used in the industry. The collected data were processed and analyzed using statistical methods, which made it possible to identify correlations, trends and important dependencies between various factors related to corporate responsibility. Based on the obtained data, practical recommendations on the strategic implementation of corporate responsibility were developed, which can be used by companies to improve their practices in this area. This comprehensive approach to research allowed us to gain a deep understanding of the importance and effective strategies for implementing corporate responsibility in modern business.

The results. The main results of the scientific research confirm that the successful implementation of corporate responsibility requires a holistic approach that combines ethics, sustainability and social responsibility. Companies that demonstrate high standards of ethical behavior are more likely to attract and retain customers, employees and investors. Ethics is the foundation of trust, which is a critical success factor in today's business. Maintaining sustainable development is a necessary condition for the long-term success of the enterprise. The implementation of sustainable practices in all aspects of operations, from production to interaction with the community, helps to conserve resources and reduce the negative impact on the environment. Support and development of social initiatives help companies maintain their reputation, attract talented employees and contribute to community development. Initiatives aimed at improving the quality of life of employees, supporting education and health, create a positive impression of the brand and contribute to building sustainable relationships with consumers and other stakeholders.

Thus, the strategic implementation of corporate responsibility in modern business contributes not only to the increase of financial indicators, but also to the creation of a sustainable competitive advantage and contributes to the sustainable development of society as a whole.

Prospects. Prospects for further research in this area may include a deeper study of the impact of the strategic implementation of corporate responsibility on various aspects of business and society. It is necessary to analyze in more detail the impact of the strategic implementation of corporate social responsibility on the financial performance of companies. It is also suggested to assess which specific corporate strategies are most effective in achieving the goals of ethics, sustainability and social responsibility. This may include comparing different models of corporate social responsibility and their impact on long-term business success.

Key words: *strategic implementation, corporate responsibility, ethics, sustainability, social responsibility, business, management, strategy, modern business.*

Постановка проблеми. За останні роки концепція корпоративної відповідальності перетворилася з периферійної проблеми на центральний принцип бізнес-стратегії. Ця зміна значною мірою пояснюється підвищеною обізнаністю споживачів, інвесторів і регуляторів щодо соціальних і екологічних проблем. Корпоративна відповідальність охоплює низку практик, спрямованих на те, щоб компанії працювали етично, стабільно та соціально відповідально. У даній статті досліджується стратегічне впровадження корпоративної відповідальності, зосереджуючись на тому, як підприємства можуть інтегрувати ці принципи у свою діяльність для досягнення стійкого успіху.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Корпоративна соціальна відповідальність залишається ключовою темою в сучасному бізнес-середовищі, впливаючи на стійкість та етичність підприємств. Дослідження показують, що стратегічне впровадження корпоративної соціальної відповідальності може не лише поліпшити репутацію компанії, але й сприяти її фінансовим показникам та конкурентоспроможності [3]. У цій роботі розглядаються основні детермінанти та наслідки корпоративної соціальної відповідальності, зокрема її вплив на екологічну відповідальність, корпоративне управління та інновації.

В умовах пандемії COVID-19, дослідження Ахмада та ін. підкреслює важливість психологічних аспектів споживачів у формуванні намірів екологічних покупок [1]. Це показує, що корпоративна соціальна відповідальність не лише впливає на зовнішню репутацію компанії, але й на внутрішнє сприйняття бренду споживачами. Інше дослідження Батейнех та ін. акцентує увагу на впливі структури власності та функціонуванні рад директорів і аудиторських комітетів на розкриття інформації про корпоративну соціальну відповідальність [2]. Це підкреслює важливість корпоративного управління для ефективного впровадження соціальної відповідальності.

Бараускайте та Стреймікіене розглядають складності в оцінці впливу корпоративної соціальної відповідальності на фінансові результати компаній, вказуючи на розмаїття методів та підходів [3]. З іншого боку, дослідження Лі та Ванга демонструє, що екологічна корпоративна соціальна відповідальність сприяє інноваціям у продуктах та процесах, що в свою чергу покращує конкурентоспроможність підприємства [12]. Чуан та Хуанг досліджують вплив екологічної корпоративної соціальної відповідальності на екологічні показники компанії та її бізнес-конкурентоспроможність [5], тоді як Латиф та ін. розглядають, як спільне бачення та особисті зв'язки сприяють екологічно сприятливій поведінці [10].

Особливий інтерес становить вплив корпоративної соціальної відповідальності на малі та середні підприємства (МСП). Дослідження Бішта та Сінгха та Гарсія-Сантьяго підкреслюють виклики, з якими стикаються МСП при впровадженні корпоративної соціальної відповідальності, особливо в контексті використання цифрових інструментів для підтримки бренду [4; 8], зростання та стійкості [7]. Корпоративна соціальна відповідальність є глобальним феноменом, що вимагає врахування місцевих умов та нормативних вимог. Дослідження Крейна, Маттена та Спенса надає широкий огляд корпоративної соціальної відповідальності в глобальному контексті, включаючи різні підходи та практики [6]. Водночас, дослідження Зхао та ін. акцентує увагу на екстериторіальній відповідальності компаній через призму соціальної ліцензії на діяльність [21].

Таким чином, стратегічне впровадження корпоративної соціальної відповідальності вимагає комплексного підходу, що враховує різні аспекти бізнесу, від внутрішнього управління до зовнішніх екологічних та соціальних зобов'язань. Аналіз літературних наукових джерел свідчить про позитивний вплив корпоративної соціальної відповідальності на фінансові результати, інноваційний потенціал та стійкість компаній, що робить її невід'ємною складовою сучасного бізнесу.

Метою статті є дослідження стратегічних підходів до впровадження корпоративної відповідальності в сучасному бізнесі.

Матеріали і методи. Дослідження, присвячене стратегічному впровадженню корпоративної відповідальності з метою забезпечення етичності, сталості та соціальної відповідальності в сучасному бізнесі, використовувало комплексний підхід, який об'єднує як кількісні, так і якісні методи дослідження. Проведено систематичний огляд наукових публікацій, що стосуються корпоративної відповідальності, етичності та сталості в бізнесі. Цей аналіз дозволив визначити

ключові концепції, підходи та інструменти, що використовуються в галузі. Зібрані дані були оброблені та проаналізовані за допомогою статистичних методів, що дозволило виявити кореляції, тенденції та важливі залежності між різними факторами, пов'язаними з корпоративною відповідальністю. На основі отриманих даних було розроблено практичні рекомендації щодо стратегічного впровадження корпоративної відповідальності, які можуть бути використані компаніями для покращення їхньої практики у цій сфері. Цей комплексний підхід до дослідження дозволив отримати глибоке розуміння важливості та ефективних стратегій впровадження корпоративної відповідальності у сучасному бізнесі.

Виклад основних результатів дослідження. Корпоративна відповідальність означає зобов'язання компанії працювати в економічно, соціально та екологічно стійкий спосіб. Це включає в себе етичні практики ведення бізнесу, піклування про навколишнє середовище та внесок у добробут громад, у яких вони працюють [11]. До ключових компонентів корпоративної відповідальності належать:

– етичні практики: забезпечення прозорості, чесності та справедливості в усіх бізнес-операціях;
– сталий розвиток: впровадження практик, які зменшують вплив на навколишнє середовище та сприяють довгостроковій екологічній рівновазі.
– соціальна відповідальність: участь у діяльності, яка приносить користь суспільству, зокрема, розвиток громади та філантропія [12; 14].

Успішне впровадження корпоративної відповідальності вимагає її інтеграції в стратегію основного бізнесу. Це передбачає:

– відданість керівництва: топ-менеджмент має продемонструвати тверду прихильність принципам корпоративної взаємодії;
– залучення зацікавлених сторін: активне залучення зацікавлених сторін, зокрема співробітників, клієнтів, постачальників і спільнот, до ініціатив корпоративної відповідальності;
– розробка політики: встановлення чіткої політики та вказівок, які визначають цілі та підходи компанії до корпоративної відповідальності;
– вимірювання ефективності: розробка показників для оцінки впливу ініціатив корпоративної відповідальності і забезпечення постійного вдосконалення.

Стратегічна реалізація корпоративної відповідальності набуває все більшого значення в сучасному бізнесі. Цей процес передбачає інтеграцію етичних принципів, сталого розвитку та соціальної відповідальності в основну діяльність компаній. Щоб забезпечити етичну поведінку, організації повинні розробити чіткі кодекси етики та неухильно їх дотримуватися. Ці кодекси керують прийняттям рішень і допомагають підтримувати прозорість і цілісність. З іншого боку, стійкість передбачає застосування практик, які не виснажують природні ресурси та не завдають шкоди навколишньому середовищу. Зараз підприємства віддають перевагу екологічній діяльності та зменшують свій вуглецевий слід [13; 15].

Соціальна відповідальність підкреслює вплив діяльності компанії на суспільство. Він включає такі ініціативи, як залучення громади, філантропія та чесна практика праці. Інтеграція цих елементів у корпоративну стратегію вимагає комплексного підходу. Лідери повинні продемонструвати відданість цим цінностям, які можуть надихнути всю організацію. Програми навчання та розвитку мають важливе значення для навчання працівників корпоративній відповідальності. Крім того, постійний моніторинг і звітність гарантують, що компанія дотримується своїх етичних, екологічних і соціальних зобов'язань.

Залучення зацікавлених сторін відіграє вирішальну роль у стратегічній корпоративній відповідальності. Компанії повинні підтримувати відкриті канали зв'язку із зацікавленими сторонами, включаючи співробітників, клієнтів, постачальників і громаду. Така взаємодія допомагає зрозуміти очікування зацікавлених сторін і ефективно вирішувати їхні проблеми. Крім того, для підтримки цих ініціатив необхідно посилити систему корпоративного управління. Ефективне управління забезпечує підзвітність і зміцнює довіру між зацікавленими сторонами.

Іншим важливим компонентом є інновації. Підприємства заохочуються до інновацій таким чином, щоб підвищити стійкість і соціальну відповідальність. Це включає в себе розробку екологічно чистих продуктів і послуг, які задовольняють потреби суспільства, одночасно зберігаючи навколишнє середовище. Фінансова діяльність і корпоративна відповідальність не є взаємовиключними; фактично, вони можуть посилювати один одного. Компанії, які застосовують відповідальну практику, часто отримують кращу репутацію, лояльність клієнтів і довгострокову прибутковість [16; 18].

Крім того, стратегічне партнерство та співпраця можуть посилити вплив ініціатив корпоративної відповідальності. Співпраця з некомерційними організаціями, державними установами та іншими підприємствами може призвести до більш значних позитивних результатів. Прозорість у звітності є важливою, оскільки вона створює довіру та дозволяє зацікавленим сторонам оцінювати прогрес компанії. Регулярна публікація звітів про сталий розвиток і оновлень про соціальні ініціативи може продемонструвати відданість компанії цим принципам.

Глобальний характер сучасного бізнесу означає, що корпоративна відповідальність має бути узгоджена з міжнародними стандартами та практикою. Дотримання глобальних рамок, таких як Глобальний договір ООН, може забезпечити структурований підхід до впровадження цих стратегій. Такі виклики, як зміна клімату, нерівність і права людини, вимагають від компаній активних і постійних дій.

Вирішення цих проблем є не лише моральним імперативом, але й бізнес-необхідністю в сучасному взаємопов'язаному світі [17; 19].

Таким чином, стратегічне впровадження корпоративної відповідальності передбачає багатогранний підхід, який інтегрує етичну поведінку, сталий розвиток і соціальну відповідальність у бізнес-операції. Це потребує відданості керівництва, безперервної освіти, залучення зацікавлених сторін, сильного управління, інновацій та прозорості. Застосовуючи ці практики, підприємства можуть робити позитивний внесок у суспільство та навколишнє середовище, досягаючи довгострокового успіху.

На рис. 1 запропоновано структурований план практичних рекомендацій щодо впровадження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ):

На рис. 1 представлено поетапну реалізацію корпоративної соціальної відповідальності в організації, де кожен етап включає конкретні дії та завдання. Ефективне впровадження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) вимагає стратегічного підходу, який інтегрує КСВ в основну діяльність і культуру компанії. Практичні рекомендації щодо успішного впровадження КСВ у бізнес-практику підприємств включають:

1. Розробка чіткої стратегії КСВ:
- визначення цілей: встановлення чітких, досяжних цілей, узгоджених з цінностями та місією компанії;
- залучення зацікавлених сторін (працівників, клієнтів, постачальників, членів спільноти) до процесу планування, щоб забезпечити врахування їхніх потреб і очікувань;
- оцінка та встановлення пріоритетів: проведення оцінки суттєвості, щоб визначити пріоритети для найбільш значущих соціальних, екологічних та економічних впливів бізнесу компанії.

2. Забезпечення прихильності вищого керівництва:
- залучення керівництва: топ-менеджмент повинен активно підтримувати та брати участь у ініціативах КСВ;
- розподіл ресурсів: виділення достатніх ресурсів (фінансові, людські та технологічні) для діяльності з КСВ;
- включення КСВ у корпоративне управління: інтегрування обов'язків КСВ у структуру управління компанії, зокрема, за допомогою спеціального комітету з КСВ.

3. Інтегрування КСВ у бізнес-операції:
- узгодження з основною бізнес-діяльністю: зусилля з КСВ повинні доповнювати і покращувати основні бізнес-операції компанії, а не бути окремою діяльністю;
- сталий ланцюг поставок: працювати з постачальниками та партнерами, щоб просувати етичні практики та сталість у всьому ланцюзі поставок;
- залучення працівників: сприяння розвитку культури КСВ, заохочуючи залучення працівників та інтегруючи КСВ у показники ефективності співробітників.

4. Вимірювання та звітність про ефективність КСВ:
- встановлення показників: розробка ключових показників ефективності (KPI) для вимірювання впливу ваших ініціатив щодо КСВ;
- регулярна звітність: створення регулярних звітів про КСВ, щоб відстежувати прогрес, визначати сфери, які потребують покращення, і підтримувати прозорість із зацікавленими сторонами;
- аудити третьої сторони: розгляд можливості проведення аудиту третьою стороною, щоб перевірити точність і вплив звітів про КСВ.

5. Повідомлення про зусилля КСВ:
- внутрішня комунікація: регулярне інформування співробітників про діяльність і досягнення КСВ, щоб сприяти розвитку почуття власності та гордості;
- зовнішня комунікація: необхідно ділитися успіхами та проблемами КСВ із зовнішніми зацікавленими сторонами через різні канали, такі як соціальні мережі, прес-релізи та річні звіти;
- прозорість: відкритість щодо успіхів і невдач зміцнює довіру та авторитет.

6. Постійне вдосконалення:
- механізм зворотного зв'язку: створення системи для збору відгуків від зацікавлених сторін щодо діяльності та результатів КСВ;
- адаптація та інновації: бути в курсі нових тенденцій і найкращих практик у сфері КСВ і бути готовими відповідним чином адаптувати та удосконалити стратегії компанії.
- порівняльний аналіз: порівнювати ефективність КСВ із галузевими стандартами та аналогами, щоб визначити можливості для покращення.

Дотримуючись цих практичних рекомендацій, компанії можуть ефективно впроваджувати корпоративну соціальну відповідальність, що веде до сталої ділової практики, яка приносить користь як компанії, так і суспільству.

Одним із важливих елементів забезпечення корпоративної відповідальності є прозорість та ефективний контроль корупції, що сприяє підвищенню довіри з боку інвесторів та суспільства в цілому. У цьому контексті особливої уваги заслуговує оцінка рівня розкриття інформації та контролю корупції в Україні. В таблиці 1 представлено середні показники рівня розкриття інформації та контролю корупції в Україні за період 2000–2023 років. Ці показники відображають ступінь захисту інвесторів через прозорість фінансової інформації та ефективність заходів протидії корупції, що є критично важливими для забезпечення етичності та сталості у бізнесовій діяльності.

В таблиці 1 надано всебічну оцінку рівня розкриття інформації та контролю корупції в Україні за період з 2000 до 2023 року, що є важливим для

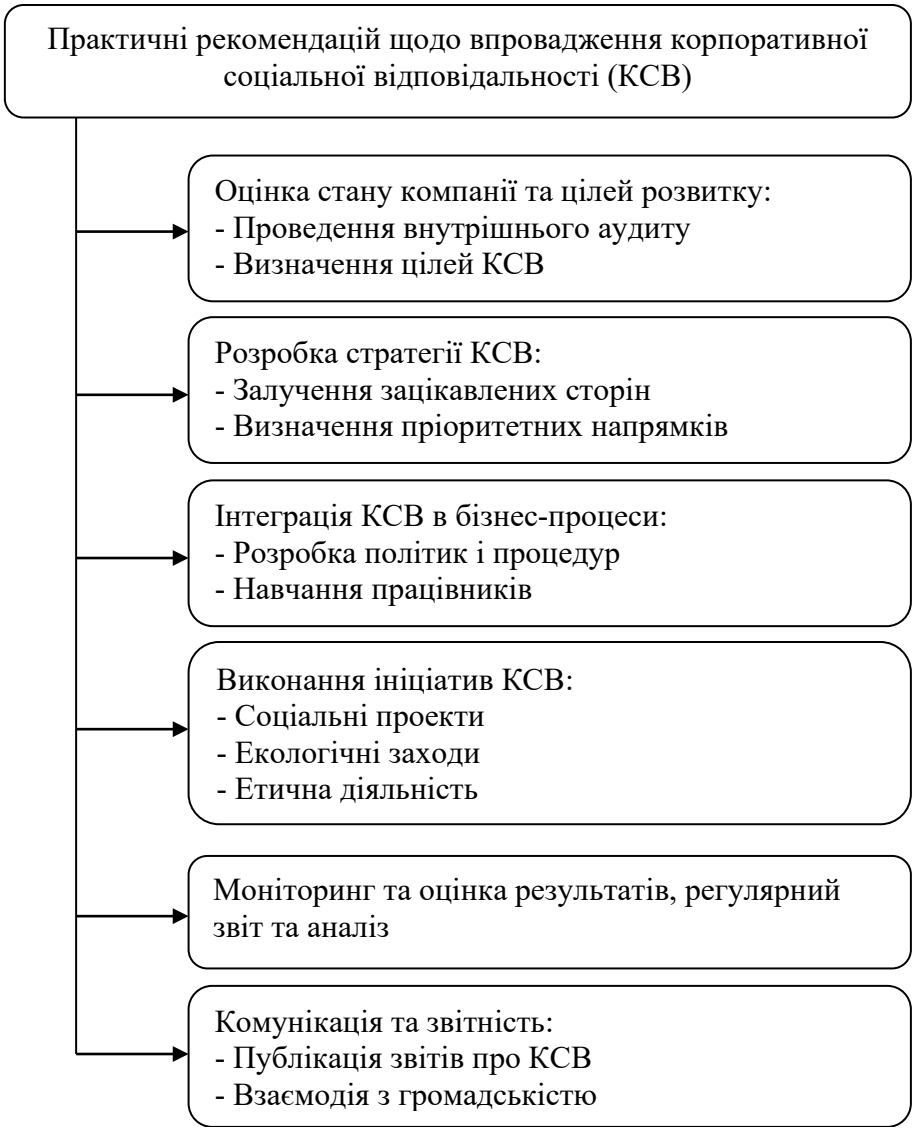

Рис. 1. Практичні рекомендації щодо впровадження корпоративної соціальної відповідальності
Джерело: власна розробка авторів

стратегічного впровадження корпоративної відповідальності. Аналіз показує, що індекс рівня розкриття інформації в Україні становить у середньому 4,13, що свідчить про помірний рівень прозорості у розкритті власності та фінансової інформації. Такий рівень є недостатнім для повного захисту інвесторів та підвищення довіри до бізнесу.

Контроль корупції, з середньою оцінкою –0,93, вказує на значні проблеми з використанням державної влади для приватної вигоди, що включає як дрібні, так і великі форми корупції. Процентильний рейтинг контролю корупції, що коливається між 10,22 (нижня межа 90% довірчого інтервалу) та 28,01 (верхня межа 90% довірчого інтервалу), підтверджує значну невизначеність та низьку ефективність антикорупційних заходів. Стандартна помилка в 0,14 вказує на певну точність оцінок, але все ще демонструє необхідність покращення методик вимірювання та контролю корупції.

Таким чином, для забезпечення етичності, сталості та соціальної відповідальності в сучасному бізнесі в Україні, необхідно підвищити рівень розкриття інформації та ефективність контролю корупції. Це дозволить створити прозоріші та надійніші умови для інвестицій і розвитку корпоративної відповідальності, що є критично важливим для сталого розвитку та довіри до бізнесу.

В таблиці 2 розглянуто показники корпоративної діяльності в Україні та їх характеристики в середньому за 2000–2023 роки.

Аналіз показників корпоративної діяльності в Україні за 2000–2023 роки, представлений у таблиці 2, дозволяє зробити кілька важливих висновків, що стосуються впровадження корпоративної відповідальності: забезпечення етичності, сталості та соціальної відповідальності в сучасному бізнесі. По-перше, висока вартість процедури відкриття бізнесу (7,15% ВНД на душу населення) вказує на

Таблиця 1

Оцінка та характеристики рівня розкриття інформації та контролю корупції в Україні в середньому за 2000–2023 роки

Показник	Середнє значення	Характеристика показника
Індекс рівня розкриття інформації	4,13	Індекс розкриття інформації вимірює ступінь захисту інвесторів через розкриття інформації про власність і фінансову інформацію. Індекс коливається від 0 до 10, причому вищі значення вказують на більше розкриття інформації.
Контроль корупції: Оцінка	-0,93	Контроль корупції фіксує уявлення про те, якою мірою державна влада використовується для приватної вигоди, включаючи як дрібні, так і великі форми корупції, а також «захоплення» держави елітами та приватними інтересами. Оцінка характеризує країни за сукупним показником в одиницях стандартного нормального розподілу, тобто приблизно від –2,5 до 2,5.
Контроль корупції: процентиль, нижня межа 90% довірчого інтервалу	10,22	Процентиль рейтингу вказує на рейтинг країни серед усіх країн, охоплених сукупним показником, де 0 відповідає найнижчому рейтингу, а 100 — найвищому. Процентильніранги були скориговані з урахуванням змін із часом у складі країн. Нижчий процентиль рангу стосується нижньої межі 90-відсоткового довірчого інтервалу для управління, вираженого в процентилях рангу.
Контроль корупції: процентиль, верхня межа 90% довірчого інтервалу	28,01	Процентиль рейтингу вказує на рейтинг країни серед усіх країн, охоплених сукупним показником, де 0 відповідає найнижчому рейтингу, а 100 — найвищому. Процентильні ранги були скориговані з урахуванням змін із часом у складі країн. Верхній процентиль рейтингу відноситься до верхньої межі 90-відсоткового довірчого інтервалу для управління, вираженого в процентилях рангу.
Контроль корупції: стандартна помилка	0,14	Стандартна помилка вказує на точність оцінки управління. Більші значення стандартної помилки вказують на менш точні оцінки. 90-відсотковий довірчий інтервал для оцінки управління визначається оцінкою +/- 1,64 стандартної помилки.

Джерело: систематизовано авторами за даними Світового банку [19]

необхідність удосконалення регуляторної політики для підтримки підприємницької діяльності, що є важливим аспектом сталості. Спрощення реєстраційних процедур може сприяти розвитку малого та середнього бізнесу, що, у свою чергу, підвищує загальну економічну активність та соціальну відповідальність компаній.

По-друге, значний відсоток компаній (50,03%), що конкурують з незареєстрованими фірмами, і високий рівень очікуваних неофіційних платежів (44,16%) свідчать про проблеми з етичністю ведення бізнесу в Україні. Це підкреслює необхідність впровадження більш ефективних механізмів контролю та прозорості для боротьби з корупцією та забезпечення справедливої конкуренції. По-третє, проблема безпеки підприємств залишається актуальною, оскільки 16,57% компаній зазнали збитків через крадіжки та вандалізм. Це вимагає додаткових заходів з боку держави та бізнес-спільноти для покращення умов безпеки, що є частиною соціальної відповідальності.

Незважаючи на ці виклики, високий відсоток офіційно зареєстрованих компаній (95,57%) демонструє прагнення бізнесу працювати в легальному полі, що сприяє довірі суспільства до підприємницької діяльності. Щодо соціальної відповідальності, 39,52% компаній, що пропонують формальне навчання для своїх працівників, та 36,25% фірм з жіночою участю у власності свідчать про прогрес у напрямку сталого розвитку та інклюзивності. Проте, відносно низький відсоток компаній з жінками-топ-менеджерами (22,17%) вказує на потребу в подальших зусиллях для досягнення гендерної рівності на керівних посадах.

Нарешті, лише 9,65% компаній витрачають на дослідження та розробки, що може бути стримуючим фактором для інноваційного розвитку. З іншого боку, невеликий відсоток компаній, які використовують банки для фінансування інвестицій (21,34%) та оборотного капіталу (19,40%), свідчить про обмежений доступ до фінансових ресурсів, що також впливає на сталий розвиток. Загалом, аналіз показників корпоративної діяльності в Україні вказує на наявність як значних викликів, так і перспектив для вдосконалення етичності, сталості та соціальної відповідальності в бізнесі.

В таблиці 3 розглянуто показники державно-приватного партнерства та регуляторних процедур у бізнесі в Україні, в середньому за 2000–2023 роки.

В таблиці 3 проаналізовано ключові показники державно-приватного партнерства (ДПП) та регуляторних процедур у бізнесі в Україні за період 2000–2023 років. Аналізуючи дані таблиці 3, можна зробити кілька важливих висновків. По-перше, інвестиції в ДПП в різних секторах, таких як енергетика, транспорт та водопостачання, вказують на значну участь приватного капіталу у вирішенні критичних інфраструктурних завдань, що сприяє сталому розвитку. Це показує важливість взаємодії

Таблиця 2

Показники корпоративної діяльності в Україні та їх характеристики в середньому за 2000–2023 роки

Показник	Середнє значення	Характеристика показника
Вартість процедури відкриття бізнесу, % ВНД на душу населення	7,15	Витрати на реєстрацію бізнесу нормалізуються шляхом представлення їх у відсотках від валового національного доходу на душу населення.
Компанії, що конкурують з незареєстрованими фірмами, % фірм	50,03	Це відсоток фірм, які конкурують з незареєстрованими або неформальними фірмами.
Фірми, які, як очікується, даруватимуть подарунки під час зустрічі з податківцями, % фірм	44,16	Це відсоток фірм, які позитивно відповіли на запитання «чи очікувався або вимагався подарунок або неофіційний платіж під час зустрічі з податківцями?»
Компанії, які зазнають збитків через крадіжки та вандалізм, % фірм	16,57	Відсоток фірм, які зазнали збитків через крадіжку, пограбування, вандалізм або підпал, які сталися на території закладу.
Компанії, офіційно зареєстровані на початку діяльності, % фірм	95,57	Це відсоток фірм, офіційно зареєстрованих на момент початку діяльності в країні.
Компанії, що пропонують формальне навчання, % фірм	39,52	Це відсоток фірм, які пропонують офіційні програми навчання для своїх постійних працівників, зайнятих повний робочий день.
Компанії, які не звітують про всі продажі для цілей оподаткування, % фірм	31,90	Це відсоток фірм, які заявили, що типова фірма звітує про менше 100 відсотків продажів для цілей оподаткування; такі фірми називають «неформальними фірмами».
Компанії, які витрачають на НДДКР, % фірм	9,65	Відсоток фірм, які витрачають на дослідження та розробки.
Компанії, які використовують банки для фінансування інвестицій, % фірм	21,34	Це відсоток компаній, які використовують банки для фінансування інвестицій.
Компанії, які використовують банки для фінансування оборотного капіталу, % фірм	19,40	Це відсоток фірм, які використовують банківські позики для фінансування оборотного капіталу.
Компанії з участю жінок у власності, % фірм	36,25	Фірми з жіночою участю у власності — це відсоток фірм з жінками серед основних власників.
Компанії з жінками-топ-менеджерами, % фірм	22,17	Це відсоток фірм у приватному секторі, які мають жінок на посадах топ-менеджерів..

Джерело: систематизовано автором за даними Світового банку [19]

між державним та приватним секторами для забезпечення стійкого економічного зростання та поліпшення якості життя громадян.

По-друге, значна тривалість регуляторних процедур, таких як будівництво складу (297,90 днів), виконання договорів (375,35 днів) та підключення до електроенергії (277,36 днів), підкреслює необхідність реформ у бюрократичних процесах. Спрощення цих процедур може підвищити ефективність бізнес-операцій та залучення інвестицій, що є важливим аспектом корпоративної відповідальності перед суспільством та інвесторами. По-третє, час, необхідний для отримання ліцензій та реєстрації власності (23,67 та 70,69 днів відповідно), вказує на прогрес у створенні сприятливих умов для підприємницької діяльності. Це позитивно впливає на розвиток малого та середнього бізнесу, який є основою сталого економічного розвитку та забезпечення соціальної відповідальності.

Отже, дані таблиці 3 підкреслюють важливість стратегічного впровадження корпоративної відповідальності через державно-приватне партнерство та ефективні регуляторні процедури. Зменшення бюрократичних бар'єрів та активізація інвестицій у критичні інфраструктурні проекти є ключовими кроками для забезпечення етичності, сталості та соціальної відповідальності в сучасному бізнесі.

Стратегічне впровадження корпоративної відповідальності є важливим аспектом сучасного бізнесу, що вимагає глибокого розуміння етичних принципів. Етичність у бізнесі допомагає побудувати довіру серед клієнтів, працівників та партнерів. Це, у свою чергу, сприяє довгостроковій стабільності компанії. Виклики, пов'язані з впровадженням етичних стандартів, часто включають опір змінам та необхідність переосмислення корпоративної культури. Сталий розвиток є ще одним ключовим аспектом корпоративної відповідальності, який вимагає зваженого підходу до використання ресурсів. Підприємства мають впроваджувати стратегії, що зменшують негативний вплив на довкілля та сприяють сталому споживанню.

Соціальна відповідальність компаній вимагає врахування інтересів усіх зацікавлених сторін, включаючи місцеві громади та суспільство в цілому. Забезпечення соціальної відповідальності передба-

Таблиця 3

Показники державно-приватного партнерства та регуляторних процедур у бізнесі в Україні, в середньому за 2000–2023 роки

Показник	Середнє значення	Характеристика показника
Інвестиції державно-приватного партнерства в енергетику, дол. США	752790000	Державно-приватне партнерство в енергетиці стосується зобов'язань щодо інфраструктурних проектів в енергетиці (електроенергії та природного газу та розподілення), які досягли фінансового закриття та прямо чи опосередковано служать громадськості.
Інвестиції державно-приватного партнерства в транспорт, дол. США	103750000	Державно-приватне партнерство в транспорті відноситься до зобов'язань щодо інфраструктурних проектів у транспорті, які досягли фінансового закриття та прямо чи опосередковано служать громадськості.
Інвестиції державно-приватного партнерства у водопостачання та санітарію, дол. США	101000000	Державно-приватне партнерство у сфері водопостачання та санітарії стосується зобов'язань щодо інфраструктурних проектів у сфері водопостачання та санітарії, які досягли фінансового закриття та прямо чи опосередковано служать громадськості.
Час, необхідний для будівництва складу, днів	297,90	Це кількість календарних днів, необхідних для виконання необхідних процедур для будівництва складу. Якщо процедуру можна прискорити за додаткову плату, вибирається найшвидша процедура незалежно від вартості.
Час, необхідний для виконання договору, днів	375,35	Це кількість календарних днів з моменту подання позову до суду до остаточного визначення та, у відповідних випадках, оплати.
Час, необхідний для отримання електроенергії, дні	277,36	Це кількість днів для отримання постійного підключення до електроенергії. Цей показник фіксує середню тривалість, яка, за словами електроенергетичної компанії та експертів, необхідна на практиці, а не вимагається законом, для завершення процедури.
Час, необхідний для отримання ліцензії на діяльність, днів	23,67	Це середній час очікування для отримання операційної ліцензії з дня, коли установа подала заявку на її отримання, до дня її надання.
Час, необхідний для реєстрації власності, днів	70,69	Це кількість календарних днів, необхідних суб'єктам господарювання для закріплення прав на майно.
Час, необхідний для відкриття бізнесу, днів	22,53	Це кількість календарних днів, необхідних для завершення процедур для легального ведення бізнесу. Якщо процедуру можна прискорити за додаткову плату, вибирається найшвидша процедура незалежно від вартості.

Джерело: систематизовано автором за даними Світового банку [19]

чає впровадження програм підтримки громад та ініціатив, спрямованих на покращення якості життя. Виклики у цій сфері можуть включати недостатнє фінансування та складність вимірювання ефективності соціальних проектів. Для подолання цих викликів компаніям варто розробляти чіткі стратегії та проводити регулярні оцінки своїх зусиль. Важливим аспектом є також інтеграція корпоративної відповідальності в усі бізнес-процеси, що потребує підтримки з боку керівництва та всіх співробітників. Для ефективного впровадження корпоративної відповідальності важливо розробити внутрішні політики та процедури, що регулюють етичну поведінку та соціальні ініціативи. Комунікація відіграє вирішальну роль у донесенні цінностей компанії до усіх зацікавлених сторін. Корпоративна відповідальність повинна стати невід'ємною частиною корпоративної стратегії, а не лише маркетинговим інструментом. Таким чином, компанії зможуть не лише покращити свій імідж, але й зробити реальний внесок у сталий розвиток суспільства.

Висновки та подальші перспективи. Стратегічне впровадження корпоративної відповідальності має важливе значення для сучасного бізнесу, який прагне процвітати у все більш складному та вимогливому середовищі. Впроваджуючи етичні практики, стійкість і соціальну відповідальність у свої основні стратегії, компанії можуть не лише підвищити свою репутацію, але й стимулювати інновації, покращувати управління ризиками та забезпечувати довгостроковий успіх. Оскільки зацікавлені сторони продовжують надавати перевагу корпоративній відповідальності, компанії, які активно приймають ці принципи, матимуть кращі позиції для лідерства на ринку.

Подальші дослідження стратегічного впровадження корпоративної відповідальності будуть зосереджені на розробці ефективних методологій для інтеграції етичних, сталих та соціально відповідальних практик у бізнес-процеси різних галузей. Це також включатиме аналіз впливу таких ініціатив на довгострокову конкурентоспроможність та репутацію компаній на глобальному ринку.

Література

1. Ahmad W., Jafar R.M.S., Waheed A., Sun H., Kazmi S.S.A.S. Determinants of CSR and green purchase intention: mediating role of customer green psychology during COVID-19 pandemic. *J. Clean. Prod*. 2023. Vol. 389. P. 135888. doi: https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.135888.

2. Bataineh H., Alkurdi A., Abuhommous A.A., Abdel Latif M. The role of ownership structure, board, and audit committee in corporate social responsibility disclosure: *Jordanian evidence. Journal of Islamic Accounting and Business Research*. 2023. doi: https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2023-0102.

3. Barauskaite G., Streimikiene D. Corporate social responsibility and financial performance of companies: The puzzle of concepts, definitions and assessment methods. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2021. 28(1). P. 278–287. doi: https://doi.org/10.1002/csr.2048.

4. Bisht H.S., Singh D. Challenges faced by micro, small and medium enterprises: A systematic review. *World Review of Science, Technology and Sustainable Development.* 2020. 16(3). 205 p.

5. Chuang S.P., Huang S.J. The effect of environmental corporate social responsibility on environmental performance and business competitiveness: the mediation of green information technology capital. *J. Bus. Ethics*. 2018. 150 (4). P. 991–1009. doi: https://doi.org/10.1007/s10551-016-3167-x.

6. Crane A., Matten D., Spence L.J. Corporate social responsibility in a global context. In A. Crane, D. Matten, A. McWilliams, J. Moon, & D.S. Siegel (Eds.). *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford University Press, 2019. P. 1–25.

7. Dumitriu D., Militaru G., Deselnicu D.C., Niculescu A., Popescu M.A.-M. A Perspective Over Modern SMEs: Managing Brand Equity, Growth and Sustainability Through Digital Marketing Tools and Techniques. *Sustainability.* 2019. *11.* 2111 p. doi: https://doi.org/10.3390/su11072111.

8. García-Santiago M.-D. Communicating the Resilience and Corporate Social Responsibility of SMEs during Lockdown in Spain: A Visual and Exploratory Study of Communication Mechanisms and Strategies. *Sustainability*. 2022. *14.* 7944 p. doi: https://doi.org/10.3390/su14137944

9. Kytsak T., Marshavin Y., Vasylenko A., Marshavin O., Hutnitskyi V. Stakeholder capitalism as a modern model of corporate social responsibility. *Social and labour relations: theory and practice*. 2023. 13(1). P. 31–39. doi: doi:10.21511/slrtp.13(1).2023.03.

10. Latif B., Gunarathne N., Gaskin J., San Ong T., Ali M. Environmental corporate social responsibility and pro-environmental behavior: the effect of green shared vision and personal ties. Resour. *Conserv. Recycl*. 2022. Vol. 186. P. 106572. doi: https://doi.org/ 10.1016/j.resconrec.2022.106572.

11. Le Ha Nhu Thao, Doan Ngoc Phi Anh, Vo Hung Cuong, Nguyen Thi Kim Ngoc and Vo Van Cuong The effect of corporate social responsibility on firm performance: Evidence from Vietnam. *Problems and Perspectives in Management*. 2023. 21(3). P. 528–542. doi: 10.21511/ppm.21(3).2023.42.

12. Li D., Wang L.F. Does environmental corporate social responsibility (ECSR) promote green product and process innovation? *Manag. Decis. Econ*. 2022. 43 (5). P. 1439–1447. doi: https://doi.org/10.1002/mde.3464.

13. Madanaguli A., Srivastava S., Ferraris A., Dhir A. Corporate social responsibility and sustainability in the tourism sector: A systematic literature review and future outlook. *Sustainable Development*. 2021. doi: https://doi.org/10.1002/sd.2258.

14. Pucheta-Martínez M.C., Bel-Oms I., Gallego-Álvarez I. Corporate social responsibility commitment of women directors through audit committees: evidence from international firms. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*. 2023. 36(1). P. 98–118. doi: https://doi.org/10.1108/ARLA-07-2022-0139.

15. Ruggiero P., Cupertino S. CSR strategic approach, financial resources and corporate social performance: The mediating effect of innovation. *Sustainability*. 2018. 10(10). 3611 p. doi: https://doi. org/10.3390/su10103611.

16. Sheehy B., Farneti F. Corporate social responsibility, sustainability, sustainable development and corporate sustainability: What is the difference, and does it matter? *Sustainability*. 2021. 13(11). 5965 p. doi: https://doi.org/10.3390/su13115965.

17. Tu Y., Wu W. How does green innovation improve enterprises' competitive advantage? The role of organizational learning. *Sustain. Prod. Consum*. 2021. 26. P. 504–516. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.spc.2020.12.031.

18. Vrontis D., Chaudhuri R., Chatterjee S. Adoption of Digital Technologies by SMEs for Sustainability and Value Creation: Moderating Role of Entrepreneurial Orientation. *Sustainability.* 2022. *14.* 7949 p. doi: https://doi.org/10.3390/su14137949

19. *World Bank: вебсайт.* URL: http://www.worldbank.org (дата звернення: 15.05.2024).

20. Yasir M., Majid A., Yasir M., Qudratullah H., Ullah R., Khattak A. Participation of hotel managers in CSR activities in developing countries: a defining role of CSR orientation, CSR competencies, and CSR commitment. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 2020. 28 (1). P. 239–250. doi: https://doi.org/10.1002/csr.2045.

21. Zhao J., Lu X., Lin W. Promoting Corporate Extraterritorial Sustainable Responsibility through the Lens of Social Licence to Operate. *Sustainability*. 2022. *14*. 8019 p. doi: https://doi.org/10.3390/su14138019.

References

1. Ahmad, W., Jafar, R.M.S., Waheed, A., Sun, H., & Kazmi, S.S.A.S. (2023). Determinants of CSR and green purchase intention: mediating role of customer green psychology during COVID-19 pandemic. *J. Clean. Prod. 389,* 135888. doi: https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.135888.

2. Bataineh, H., Alkurdi, A., Abuhommous, A.A., & Abdel Latif, M. (2023). The role of ownership structure, board, and audit committee in corporate social responsibility disclosure: Jordanian evidence. *Journal of Islamic Accounting and Business Research.* doi: https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2023-0102.

3. Barauskaite, G., & Streimikiene, D. (2021). Corporate social responsibility and financial performance of companies: The puzzle of concepts, definitions and assessment methods. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 28*(1), 278–287. doi: https://doi.org/10.1002/csr.2048.

4. Bisht, H.S., & Singh, D. (2020). Challenges faced by micro, small and medium enterprises: A systematic review. *World Review of Science, Technology and Sustainable Development, 16*(3), 205.

5. Chuang, S.P., & Huang, S.J. (2018). The effect of environmental corporate social responsibility on environmental performance and business competitiveness: the mediation of green information technology capital. *J. Bus. Ethics 150* (4), 991–1009. https://doi.org/10.1007/s10551-016-3167-x.

6. Crane, A., Matten, D., & Spence, L.J. (2019). Corporate social responsibility in a global context. In A. Crane, D. Matten, A. McWilliams, J. Moon, & D.S. Siegel (Eds.), The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility. Oxford University Press. (pp. 1–25).

7. Dumitriu, D., Militaru, G., Deselnicu, D.C., Niculescu, A., & Popescu, M.A.-M. (2019). A Perspective Over Modern SMEs: Managing Brand Equity, Growth and Sustainability Through Digital Marketing Tools and Techniques. *Sustainability*, *11*, 2111. doi: https://doi.org/10.3390/su11072111.

8. García-Santiago, M.-D. (2022). Communicating the Resilience and Corporate Social Responsibility of SMEs during Lockdown in Spain: A Visual and Exploratory Study of Communication Mechanisms and Strategies. *Sustainability*, *14*, 7944. doi: https://doi.org/10.3390/su14137944.

9. Kytsak, T., Marshavin, Yu., Vasylenko, A., Marshavin, O., & Hutnitskyi, V. (2023). Stakeholder capitalism as a modern model of corporate social responsibility. *Social and labour relations: theory and practice, 13*(1), 31–39. doi: 10.21511/slrtp.13(1).2023.03.

10. Latif, B., Gunarathne, N., Gaskin, J., San Ong, T., & Ali, M. (2022). Environmental corporate social responsibility and pro-environmental behavior: the effect of green shared vision and personal ties. Resour. *Conserv. Recycl., 186*, 106572. doi: https://doi.org/ 10.1016/j.resconrec.2022.106572.

11. Le Ha Nhu Thao, Doan Ngoc Phi Anh, Vo Hung Cuong, Nguyen Thi Kim Ngoc, & Vo Van Cuong (2023). The effect of corporate social responsibility on firm performance: Evidence from Vietnam. *Problems and Perspectives in Management, 21*(3), 528–542. doi: 10.21511/ppm.21(3).2023.42.

12. Li, D., & Wang, L.F. (2022). Does environmental corporate social responsibility (ECSR) promote green product and process innovation? *Manag. Decis. Econ., 43* (5), 1439–1447. https://doi.org/10.1002/mde.3464.

13. Madanaguli, A., Srivastava, S., Ferraris, A., & Dhir, A. (2021). Corporate social responsibility and sustainability in the tourism sector: A systematic literature review and future outlook. *Sustainable Development.* doi: https://doi.org/10.1002/sd.2258.

14. Pucheta-Martínez, M.C., Bel-Oms, I., & Gallego-Álvarez, I. (2023). Corporate social responsibility commitment of women directors through audit committees: evidence from international firms. *Academia Revista Latinoamericana de Administración, 36*(1), 98–118. doi: https://doi.org/10.1108/ARLA-07-2022-0139.

15. Ruggiero, P., & Cupertino, S. (2018). CSR strategic approach, financial resources and corporate social performance: The mediating effect of innovation. *Sustainability, 10*(10), 3611. doi: https://doi. org/10.3390/su10103611.

16. Sheehy, B., & Farneti, F. (2021). Corporate social responsibility, sustainability, sustainable development and corporate sustainability: What is the difference, and does it matter? *Sustainability,13*(11), 5965. https://doi.org/10.3390/su13115965.

17. Tu, Y., & Wu, W. (2021). How does green innovation improve enterprises' competitive advantage? The role of organizational learning. *Sustain. Prod. Consum., 26,* 504–516. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.spc.2020.12.031.

18. Vrontis, D., Chaudhuri, R., & Chatterjee, S. (2022). Adoption of Digital Technologies by SMEs for Sustainability and Value Creation: Moderating Role of Entrepreneurial Orientation. *Sustainability, 14*, 7949. doi: https://doi.org/10.3390/su14137949.

19. *World Bank.* Available at: http://www.worldbank.org.

20. Yasir, M., Majid, A., Yasir, M., Qudratullah, H., Ullah, R., & Khattak, A. (2020). Participation of hotel managers in CSR activities in developing countries: a defining role of CSR orientation, CSR competencies, and CSR commitment. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag., 28* (1), 239–250. doi: https://doi.org/10.1002/csr.2045.

21. Zhao, J., Lu, X., & Lin, W. (2022). Promoting Corporate Extraterritorial Sustainable Responsibility through the Lens of Social Licence to Operate. *Sustainability*, *14*, 8019. doi: https://doi.org/10.3390/su14138019.