

розповсюдження зброї масового знищення, крім справ про порушення вимог законодавства у сфері запобігання та протидії, відповідальність за вчинення яких передбачена Кодексом України про адміністративні правопорушення та застосування Мін'юстом / територіальними органами Мін'юсту заходів впливу за порушення суб'єктами первинного фінансового моніторингу законодавства у сфері запобігання та протидії, відповідальність за вчинення яких передбачена Законом [4].

В цілому, слід зазначити, що на даний час нормативно-правова база налічує безліч документів, які регулюють питання здійснення та організації фінансового моніторингу.

### **Список використаних джерел**

1. Міжнародні стандарти з протидії відмиванню доходів та фінансуванню тероризму і розповсюдженню зброї масового знищення. URL: [http:// www.sdfm.gov.ua/content/file/Site\\_docs/2012/22.03.2012/1.pdf](http://www.sdfm.gov.ua/content/file/Site_docs/2012/22.03.2012/1.pdf).
2. Кримінальний кодекс України: Закон України від 5 квіт. 2001 р. № 2341-III Голос України. 2001. № 107.
3. Кодекс України про адміністративні правопорушення: Закон Верховної Ради УРСР 7 груд. 1984 р. № 8073-X. Відомості Верховної Ради УРСР. 1984. № 51. Ст. 1122.
4. Фінансова розвідка: навч. посіб. / кол. уклад. за заг. ред. Карапетян О.М. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2024.

## **РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КОМПАНІЇ**

М.В. Кармінська-Белоброва, к. держ. упр.,  
доцентка кафедри менеджменту

А.І. Беянінова, студентка групи БЕМ-521а

Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) набуває дедалі більшого значення як важлива складова стратегії компаній, які сьогодні

прагнуть відповідати високим соціальним, екологічним та етичним стандартам. В умовах зростання суспільних вимог стосовно прозорості та відповідального ведення бізнесу, КСВ стає ключовим чинником, що сприяє зміцненню довіри стейкхолдерів до компанії і посиленню репутаційного капіталу. Компанії, що інтегрують КСВ у свої бізнес-процеси, не лише демонструють відповідальне ставлення до суспільства та довкілля, але й формують основу для довгострокової стійкості, подальшого розвитку та забезпечення конкурентоспроможності.

Соціальна відповідальність як поняття у різних підходах і визначеннях відображає прагнення до балансу між економічною ефективністю, соціальним добробутом і екологічною стійкістю, інтеграцію етичних принципів у діяльність підприємств та організацій, а також розвиток довгострокових відносин із суспільством та зацікавленими сторонами. Отже, корпоративна соціальна відповідальність підприємств може бути розглянута як концепція, що передбачає взаємодію бізнесу із суспільством та стейкхолдерами (співробітниками, споживачами, постачальниками, акціонерами, конкурентами, органами влади та суспільством в цілому) на основі морально-етичних та правових принципів, що включає інтеграцію соціальних цінностей у стратегічне управління підприємством, шляхом розвитку соціальних ініціатив, інвестування в соціальні проєкти, партнерстві для вирішення суспільних викликів тощо [1].

Основною для розуміння елементів корпоративної соціальної відповідальності є модель Арчі Б. Керролла від 1979 року [2]. Згідно з нею соціальна відповідальність бізнесу охоплює економічні, правові, етичні та дискреційні очікування, які суспільство має від організацій у певний момент часу:

1. Економічна відповідальність. Основним аспектом соціальної відповідальності бізнесу є його економічна функція. Бізнес виступає головним економічним елементом суспільства, що забезпечує виробництво товарів і послуг, необхідних споживачам, з метою отримання прибутку. Дана економічна діяльність є фундаментом, на якому ґрунтуються всі інші соціальні зобов'язання бізнесу.
2. Юридична відповідальність. Відповідно до «суспільного договору», бізнес бере на себе виробничу роль, дотримуючись законів та нормативних вимог, що визначають рамки його діяльності. Суспільство очікує від компаній виконання економічних функцій у межах встановлених законодавчих норм.

3. Етична відповідальність. Окрім юридичних вимог, існують очікування щодо етичної поведінки компаній, що виходять за рамки законодавчих норм. Попри складність точного визначення етичних стандартів, суспільство прагне, щоб бізнес діяв у відповідності до моральних принципів, які часто є предметом обговорення і змін.
4. Дискреційна (добровільна) відповідальність. Це соціальні ролі, які бізнес може брати на себе за власним бажанням, без законодавчого чи етичного зобов'язання. Суспільство висловлює очікування, що компанії можуть виконувати додаткові соціальні функції, наприклад, займатися благодійністю або реалізовувати програми підтримки, але відсутність таких заходів не вважається неетичною.

Кожна з описаних відповідальностей є лише частиною загальної концепції соціальної відповідальності бізнесу, що дає нам визначення, яке більш повно описує те, чого суспільство очікує від бізнесу. Тим часом в більш сучасних інтерпретаціях даної моделі науковці виділяють окремо також екологічну відповідальність, що полягає в мінімізації та компенсації деструктивного впливу діяльності компанії на довкілля, а також філантропічну відповідальність, до якої включають благодійність, волонтерську допомогу військовим та соціальним групам населення, які цього потребують (пенсіонерам, людям з інвалідністю, постраждалим від війни, дітям-сиротам тощо). За концепцією Арчі Б. Керролла дані дві різновиди КСВ можна відносити до добровільної відповідальності, проте сьогодні кліматичні зміни та соціальні виклики набули глобального масштабу та критичної важливості, тому суспільство вимагає від бізнесу не просто добровільних, а системних, стратегічних та вимірюваних дій для розв'язання нагальних проблем.

Якщо розглядати стан розповсюдження та впровадження основ КСВ в діяльність бізнесу, то ключову роль у формуванні й популяризації соціальної відповідальності в Україні відіграє експертна організація Центр «Розвиток КСВ» [3], заснована у 2008 р., яка спільно з якими понад 15 років просуває принципи сталого ведення бізнесу та соціальної відповідальності, а тому числі для демонстрації міжнародній спільноті рівень корпоративної відповідальності українського бізнесу з метою підтримки та співпраці з українськими компаніями з їхнього боку.

Повномасштабна війна в Україні суттєво вплинула на розвиток КСВ, змусивши бізнес переорієнтувати свої стратегічні програми розвитку та благодійності. Українські компанії активізували підтримку економіки та армії, надаючи значні фінансові та матеріальні ресурси. Багато підприємств інтегрували програми допомоги та відновлення України у свою політику

КСВ. За оцінкою експертів, відповідальність бізнесу стала ключовим фактором стійкості України в умовах воєнного стану. Тому сьогодні більшість великих компанії працюють над оновленням політики прав людини, впровадження програм психологічної підтримки працівників, систематизацією корпоративного волонтерства тощо.

Яскравим прикладом українського бізнесу, який активно притримується концепції КСВ є ПрАТ «Київстар» – найбільший український оператор електронних комунікацій. Компанія завжди акцентувала увагу на важливості соціально відповідального ведення бізнесу, а наразі визначила метою збереження України та надання допомоги людям. Серед основних КСВ-напрямків – підтримка держави і постраждалих від війни та відновлення цифрової інфраструктури країни. Також оператор впроваджує низку успішних соціальних ініціатив, наприклад, разом з платформою dobro.ua компанія ініціювала проєкт «Дитяча надія» для допомоги онкохворим дітям та пацієнтам із вродженими хворобами серця. З інших ініціатив є системна волонтерська діяльність, зокрема, у 2023 році Київстар та Фонд компетентної допомоги армії «Повернись живим» запустили спільний проєкт з розмінування країни «Нам тут жити», метою якого було зібрати 175 млн гривень, щоб забезпечити 146 мобільних груп розмінування у Збройних силах України.

Тож, можна зауважити, що КСВ дозволяє підприємствам впроваджувати позитивні зміни в суспільстві та брати участь у вирішенні нагальних проблем, що істотно сприяє формуванню стійких конкурентних переваг завдяки багатогранному впливу на різні аспекти діяльності компанії та її позитивному сприйняттю стейкхолдерами [4].

По-перше, КСВ суттєво підвищує довіру споживачів, створюючи емоційний зв'язок між брендом та клієнтами, які відчувають свій внесок у вирішення суспільних проблем через взаємодію з соціально відповідальною компанією. По-друге, як наслідок, КСВ значно покращує репутацію компанії. По-третє, впровадження КСВ практик зменшує ризики, пов'язані з законодавчими та репутаційними проблемами, забезпечуючи стабільність бізнесу.

Таким чином, підтримка сталого розвитку та активна участь у вирішенні соціальних проблем дозволяє компаніям створювати спільну цінність для бізнесу, суспільства та навколишнього середовища. Даний підхід не лише сприяє соціальному прогресу, але й у довгостроковій перспективі сприяє підвищенню конкурентоспроможності бізнесу та його фінансової ефективності.

### Список використаних джерел

1. Грачова Я. Соціальна відповідальність українських приватних підприємств: сучасні підходи. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2024. № 334 (5). - С. 275-281.
2. Carroll A.B. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 1979, 4(4). – 497 p.
3. Центр «Розвиток КСВ»: сайт. Режим доступу: <https://csr-ukraine.org/> (дата звернення: 16.10.2024).
4. Огінок С.В., Когут М.В., Когут А.В. Етика та корпоративна соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі. *Київський економічний науковий журнал*. 2024. №4. - С. 171-176.

## ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

М.В. Кармінська-Белоброва, канд. наук з держ. управління, доцентка

Л.О. Вітченко, магістерка

Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Стратегічне управління розвитком підприємства є ключовим компонентом сучасного менеджменту, який забезпечує ефективну та стійку роботу підприємства в умовах динамічного ринкового середовища. У науковій літературі стратегічне управління визначають як процес формулювання, реалізації та оцінки довгострокових рішень, що дозволяють підприємству досягати конкурентних переваг і адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі.

Стратегічне управління – це систематичний підхід до планування, реалізації контролю та оцінки стратегій, спрямованих на досягнення цілей підприємства у довгостроковій перспективі. Стратегія – це довгостроковий план дій, який визначає шлях розвитку підприємства, виходячи з його потенціалу та аналізу зовнішніх факторів. Вона охоплює питання щодо розподілу ресурсів, розробки конкурентних переваг, розвитку нових ринків і продуктів.