

ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ

Сучасна парадигма корпоративних відносин дедалі більше залежить від здатності підприємств враховувати соціальні, екологічні та етичні норми діяльності. Тобто корпоративна соціальна відповідальність (далі – КСВ) стала одним з основних індикаторів успіху підприємства і безпосередньо визначає продуктову, сировинну і технологічну складові бізнес-процесів.

КСВ можна розглядати як систему «відповідальностей» корпорації (етичної, економічної та юридичної), що визначає комплекс соціально відповідальних дій і заходів. Мотивом для соціально відповідальної поведінки є очікування стейкхолдерів, дії яких обумовлюють економічний успіх корпорації, а значить і її існування [1]. Саме тривекторна структура КСВ і дозволяє менеджменту підприємства обрати оптимальну модель поведінки на ринку.

З точки зору менеджменту, саме КСВ підвищує ефективність управління ризиками, відкриває доступ до ринку капіталу та дозволяє зміцнити загальні позиції в конкурентному середовищі [2]. Не менш актуальними питання КСВ залишаються для українських підприємств під час війни, оскільки мова вже йде не лише про виконання певного додаткового навантаження перед суспільством, а й необхідність відбудови країни після перемоги. Таким чином, дослідження впливу КСВ на інноваційно-інвестиційний розвиток підприємств є актуальним як в теоретичній, так й практичній площинах.

Сама дефініція корпоративної соціальної відповідальності передбачає постійне балансування соціальних, економічних, екологічних та етичних пріоритетів. Тому розробка та впровадження ефективної концепції КСВ є одним з важливих напрямків розвитку корпоративної структури та впровадження передових практик сталого розвитку та корпоративних стандартів (таких як ISO 26000) [3], а також адаптації до поточних умов господарювання, особливо в умовах воєнного стану, коли пріоритетами стають допомога співробітникам, суспільству та відбудова країни.

Аналогічна думка міститься й звіті Європейської комісії – дотримання принципів КСВ надає переваги у вигляді зменшення витрат, доступу до фінансування та здатності до інновацій [2]. Саме інноваційність пропонується як один з показників результативності стратегії КСВ, адже соціально відповідальні компанії активніше впроваджують нові технологічні процеси та інвестують у екологічні програми для досягнення нульового вуглецевого сліду, покращення умов праці та задоволення очікувань споживачів [4]. Як наслідок, КСВ стимулює інвестиції в технічне переоснащення, розвиток персоналу, екологічні технології, фінтех та інші форми інноваційної діяльності.

Ці тенденції підтверджуються й аналізом практик корпоративної соціальної інновації (CSI), що може розглядатися як наступний рівень розвитку

КСВ. Так IDB Invest зазначає у своїх звітах, що багато корпоративних структур почали поєднувати свої соціальні проекти з стратегічними інвестиціями, формуючи «спільну цінність» через навчальні програми для ринкових контрагентів, підтримку малих роздрібних підприємств та залучення в ці процеси венчурного капіталу [5]. Тобто КСВ все частіше стає своєрідним катализатором інноваційного розвитку та системного залучення капіталів інституційних та індивідуальних інвесторів.

Тобто, за відносно невеликий проміжок часу КСВ еволюціонувала від благодійних заходів та програм до стратегії сталого розвитку, яка містить комплекс екологічних та етичних підсистем і впливає на формування принципово нової бізнес-моделі поведінки корпорацій. Саме КСВ сприяє формуванню репутації, довіри з боку зацікавлених осіб та доступу до капіталу. А досвід флагманів світового ринку (Apple, Google, Philips та ін.) свідчить, що поєднання КСВ та інновацій створює суспільне благо для бізнесу й суспільства [6; 7]. Для України КСВ стає не лише інструментом виходу національних корпорацій на світові ринки, а й важливим чинником повоєнного відновлення в найближчій перспективі. Отже, корпоративну соціальну відповідальність треба розглядати як ключовий фактор інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств.

Список використаних джерел:

1. Кужелєв М. О. Формування парадигми корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Економічний часопис-XXI*. 2015. № 3-4(1). С. 60-63. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2015_3-4\(1\)_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2015_3-4(1)_15).
2. Corporate social responsibility / Responsible business conduct. URL: https://single-market-economy.ec.europa.eu/industry/sustainability/corporate-sustainability-and-responsibility_en#:~:text=,make%20companies%20more%20sustainable%20and
3. Пальчик І. М. Операційний менеджмент як основа формування конкурентоспроможності підприємства. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2022. Т. 7, № 2. С. 246-252.
4. Меженська В. В. Діагностика фінансового стану корпорації в умовах динамічного зовнішнього середовища. *Схід*. 2012. № 1 (115). С. 62-67.
5. Corporate social innovation is the new corporate social responsibility. URL: <https://idbinvest.org/en/blog/corporate-social-innovation-new-corporate-social-responsibility>
6. Кужелєв М. О. Імідж IT-підприємств в умовах нарощення потенціалу інформаційної економіки та інформаційного суспільства: стратегія та тактика. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2024. № 1 (85). С. 162-167. URL: http://www.scientificview.umsf.in.ua/archive/2024/1_85_2024/27.pdf
7. Нечипоренко А. В., Костікова К. О. Адаптація зарубіжних практик фінансового ризик-менеджменту до діяльності українських підприємств. *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*. 2023. №1(11). С. 46-58.