

УДК 005.35:316.4:330.8
JEL Classification: A13; H41; I31; M14; O18
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-3-420-428>

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК СУСПІЛЬНОГО ПРОГРЕСУ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ЗГУРТОВАНOSTІ ГРОМАД

© 2025 СОВА О. Ю., КУЗНЕЦОВ В. Д.

УДК 005.35:316.4:330.8
JEL Classification: A13; H41; I31; M14; O18

Сова О. Ю., Кузнецов В. Д. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник суспільного прогресу та соціальної згуртованості громад

У статті досліджено роль корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у формуванні соціальної згуртованості територіальних громад. Розглянуто ключові напрями КСВ, такі як соціальні інвестиції, підтримка вразливих груп населення, екологічна безпека, партнерство компаній з громадами, з державними установами та неурядовими організаціями тощо, як фактори суспільного розвитку. Визначено, що активне залучення бізнесу до реалізації соціальних ініціатив сприяє підвищенню рівня довіри всередині спільнот, зміцненню соціального капіталу та консолідації громад. Запропоновано матрицю взаємозв'язку КСВ з інституційним середовищем громад залежно від ступеня залучення бізнесу в життєдіяльність спільнот, яка ілюструє масштаби корпоративних ініціатив і їхній вплив на суспільство. Виявлено, що довгострокові партнерські програми та стратегічні КСВ-проекти сприяють не лише підвищенню соціальної згуртованості, а й стимулюють місцевий економічний розвиток. Особливу увагу приділено питанням інклюзії та формування культури довірчих відносин, що є важливими складовими соціальної згуртованості. Встановлено, що корпоративні програми, спрямовані на забезпечення рівних можливостей і соціальної інтеграції вразливих верств населення, мають значний вплив на формування стабільних і самодостатніх громад. Подальші дослідження в цій сфері доцільно спрямувати на оцінку ефективності КСВ у розбудові місцевих інститутів, зміцненні громадянського суспільства та інтеграції бізнесу в стратегії регіонального розвитку.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, добробут, територіальні громади, соціальна згуртованість, сталий розвиток, громадянське суспільство.

Табл.: 2. Бібл.: 30.

Сова Олена Юріївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент, Інститут демографії та проблем якості життя Національної академії наук України (бульвар Тараса Шевченка, 60, Київ, 01032, Україна)

E-mail: sovy@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6386-6432>

Researcher ID: U-8307-2018

Кузнецов Владислав Дмитрович – аспірант, Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського (вул. Джона Маккейна, 33, Київ, 02000, Україна)

E-mail: atrisan@ukr.net

UDC 005.35:316.4:330.8
JEL Classification: A13; H41; I31; M14; O18

Sova O. Y., Kuznietsov V. D. Corporate Social Responsibility as a Factor of Social Progress and Social Cohesion of Communities

The article examines the role of corporate social responsibility (CSR) in shaping the social cohesion of territorial communities. The article discusses key areas of CSR such as social investments, support for vulnerable groups, environmental safety, partnerships between companies and communities, as well as with government institutions and non-governmental organizations, among other factors of social development. It is determined that the active involvement of business in implementing social initiatives contributes to increasing trust within communities, strengthening social capital, and consolidating communities. A matrix of the relationship between CSR and the institutional environment of communities is proposed, depending on the level of business involvement in the life of communities, illustrating the extent of corporate initiatives and their impact on society. It is found that long-term partnership programs and strategic CSR projects contribute not only to increasing social cohesion but also stimulate local economic development. Particular attention is devoted to the issues of inclusion and the formation of a culture of trust, which are important components of social cohesion. It is determined that corporate programs aimed at ensuring equal opportunities and social integration of vulnerable population strata have a significant impact on the formation of stable and self-sufficient communities. Further research in this area should be directed at assessing the effectiveness of CSR in building local institutions, strengthening civil society, and integrating business into regional development strategies.

Keywords: corporate social responsibility, welfare, territorial communities, social cohesion, sustainable development, civil society.

Tabl.: 2. Bibl.: 30.

Sova Olena Yu. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor, Institute of Demography and Quality of Life Problems of the National Academy of Sciences of Ukraine (60 Tarasa Shevchenka Blvd, Kyiv, 01032, Ukraine)

E-mail: sovy@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6386-6432>

Researcher ID: U-8307-2018

Kuznietsov Vladyslav D. – Postgraduate Student, V. I. Vernadsky Taurida National University (33 Dzhona Makkeina Str., Kyiv, 02000, Ukraine)

E-mail: atrisan@ukr.net

У сучасних умовах корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є невід'ємною складовою стратегії сталого розвитку підприємств, відіграючи важливу роль у формуванні згуртованих спільнот – осередків колективної взаємодії та соціального капіталу. Особливо це актуально для України, де виклики війни та необхідність повоєнного відновлення загострюють питання соціальної єдності та співпраці різних секторів економіки та громадянського суспільства. КСВ, як сукупність добровільних ініціатив бізнесу, спрямованих на вирішення соціальних та екологічних проблем, може служити ефективним інструментом зміцнення довіри між суб'єктами місцевої економіки, стейкхолдерами, зменшення соціальної напруги задля розбудови кращого майбутнього територіальних громад і розкриття їх потенціалу спроможності.

Актуалізується система планування соціально відповідальних ініціатив, що враховує як короткострокові виклики, так і довгострокові перспективи розвитку суспільства. Особливого значення набуває адаптація міжнародного досвіду КСВ, що дає можливість українським підприємствам інтегрувати найкращі практики у свої бізнес-моделі та інноваційні рішення. Вивчення цього процесу є необхідним кроком для розробки ефективних підходів до зміцнення соціальної згуртованості громад і сталого розвитку України.

Основна **мета статті** – проаналізувати роль корпоративної соціальної відповідальності у формуванні соціальної згуртованості громад і суспільства в цілому в Україні, визначити ключові механізми її впливу на суспільний прогрес і розглянути перспективи розвитку КСВ у цьому напрямі.

У дослідженні застосовано структурно-функціональний аналіз для визначення ролі КСВ у зміцненні соціальної згуртованості. За допомогою методів логіко-теоретичного узагальнення виокремлено ключові напрями впливу бізнесу на соціальні процеси. Був проведений ретельний пошук інформації по темі дослідження з використанням актуальних матеріалів наукових публікацій, надаючи пріоритет високоцитованим журналам, щоб гарантувати точність даних. Для оцінки практичної реалізації КСВ використано метод спостереження, за результатами якого описано конкретні корпоративні ініціативи та їхні наслідки для екосистеми загалом. Крім того, застосовано інституційний підхід, який враховує роль державних і суспільних механізмів у формуванні стратегій відповідального бізнесу.

Дослідження корпоративної відповідальності та її ролі в розвитку соціально-економічних процесів активно ведуться як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями. Відмітимо, що значна част-

ка опрацьованих робіт стосується іміджмейкінгу іноземних підприємств для популяризації певних товарів або послуг, формування лояльності споживачів засобами КСВ [1–3], а також управління корпоративною репутацією задля вдосконалення організаційної ефективності [4–6].

Португальські дослідники [7] сформуливали висновки щодо корисності інтеграції стратегій лобювання та КСВ для встановлення тісного зв'язку представників бізнесу з політичними регуляторами ЄС, тим самим покращуючи фінансову ефективність. Колектив авторів із Великої Британії встановив, що якість національного урядування узгоджується з теорією легітимності, вказуючи на те, що фірми все частіше застосовують принцип прозорості як елемент КСВ, щоб відповідати очікуванням суспільства та завоювати довіру зацікавлених сторін [8].

У працях українських учених [9–11] розглянуто теоретичні аспекти створення суспільних цінностей у концепції КСВ, що підкреслює важливість інтеграції бізнес-стратегій із соціальними ініціативами в межах досягнення Цілей сталого розвитку. Зокрема, А. Баранецька [12] визначила зорієнтованість на консолідацію суспільства домінантною характеристикою КСВ сьогодення та проаналізувала трансформації корпоративних комунікацій під час війни. Н. Пахота і Л. Шурак [13] навели приклади впровадження КСВ у вітчизняних компаніях, звертаючи увагу на соціальні аспекти діяльності фірм під час криз. Дослідження І. Чернявського [14] сфокусовано на окресленні бар'єрів щодо підвищення соціальної відповідальності підприємств і заходів сприяння соціальній згуртованості колективу. Невирішеними залишаються питання комплексного впливу КСВ не лише на брендинг компаній та їх взаємодію з державними інституціями, але й на соціально-економічний розвиток територій і громад, зокрема механізми залучення бізнесу до розбудови місцевої інфраструктури, підтримки соціального підприємництва та зміцнення громадської активності.

Корпоративна соціальна відповідальність охоплює широкий спектр заходів, які виходять за межі обов'язкових правових вимог і спрямовані на підвищення якості життя суспільства. Основними напрямками КСВ є підтримка освіти, благодійність, екологічні ініціативи, розвиток спільнот і підвищення добробуту мешканців територіальних громад. Соціальна згуртованість розглядається як характеристика суспільства, що відображає рівень довіри, солідарності та взаємодопомоги між його членами. Згідно з дослідженнями Організації економічного співробітництва та

розвитку (OECD), високий рівень соціальної згуртованості сприяє економічному розвитку, зниженню соціальних ризиків і посиленню громадянської активності [15].

Корпоративна соціальна відповідальність безпосередньо впливає на рівень соціальної згуртованості через механізми взаємодії фізичних і юридичних осіб, громадських організацій (ГО) та держави. В умовах сучасних викликів, таких як війна та економічні кризи, КСВ набуває особливого значення, оскільки сприяє об'єднанню суспільства, зміцненню зв'язків між громадянами, владовими структурами та бізнесом.

Узгодження концепцій КСВ і соціальної згуртованості дозволяє виявити їхні точки перетину та визначити, яким чином підприємництво може сприяти формуванню більш згуртованих громад. Основними механізмами цього впливу є соціальні інвестиції, розвиток партнерських відносин між бізнесом і громадами, підтримка вразливих груп населення, а також сприяння інклюзивному економічному зростанню.

Якщо в перше десятиріччя XXI ст. КСВ була частиною комунікаційної стратегії підприємств, то в умовах сьогодення вона стає невід'ємною частиною сталого розвитку господарюючих одиниць. Із практичної точки зору, впровадження корпоративної соціальної відповідальності стає інструментом для досягнення конкурентоспроможності та інноватизації. Компанії, які ефективно інтегрують КСВ у свою місію, «часто досягають кращих результатів на міжнародних ринках, оскільки стандарти ЄС вимагають високого рівня відповідальності та етики» [16, с. 94].

В Європейському Союзі, наприклад, побудовано цілісну архітектуру сталого розвитку: «розроблена багатовекторна стратегія кліматичної нейтральності до 2050 р., Європейський «зелений курс», введено в дію таксономію «зелених» фінансів, яка класифікує діяльність, що відповідає критеріям стійкості, впроваджено систему сталості фінансів» [17]. Збірка досліджень «Collection of studies on Corporate Social Responsibility prepared by Policy Department C for JURI Committee» слугуватиме інформаційною базою для підтримки роботи Європейського парламенту у сфері корпоративної соціальної відповідальності та пов'язаних з нею законодавчих ініціатив [18].

Щоб виправдати очікування своїх громадян, урядам країн доведеться інвестувати в поліпшення механізмів, за допомогою яких вони дають усім людям голос і реагують на ці голоси [19]. Інклюзивна участь передбачає, що всі громадяни мають законні можливості впливати на рішення щодо визначення

та використання ресурсів громади. Коли мешканці відчують, що їхні запити почуті та що вони відіграють певну роль в управлінських процесах, вони, швидше за все, довірятимуть урядовим і неурядовим установам і підтримуватимуть їх. Звичайно, треба розуміти відмінності між масштабом впливу держави на суспільство, на формування програм розвитку територій тощо та значно вужчим інструментарієм бізнес-структур у схемах партнерства.

Враховуючи глобальні тенденції та вимоги міжнародних організацій, українські компанії активно впроваджують принципи сталого розвитку у свою діяльність. Це включає зменшення викидів CO₂, розширення відновлювальних джерел енергії, «використання зелених облігацій як інструмента фінансування екологічно важливих проєктів» [20, с. 91], антикризовий менеджмент водних та енергетичних ресурсів, а також соціальну відповідальність у питаннях кадрової політики та місцевого розвитку. Інвестори, зі свого боку, також висувають підвищені вимоги до наповнення звітності підприємств, оцінюючи не лише за фінансовими показниками, а й за «дотримання ними стратегії в галузі ESG (екологічний, соціальний та управлінський аспекти)» [21, с. 970].

Зміцнення соціальної згуртованості через КСВ проявляється в різних напрямках, які можна систематизувати за ключовими аспектами взаємодії бізнесу та суспільства. Табл. 1 відображає основні напрями впливу КСВ на соціальну згуртованість і конкретні приклади їхньої реалізації.

Як видно з табл. 1, ефективна реалізація КСВ охоплює широкий спектр заходів – від соціальних інвестицій до співпраці з державними та громадськими структурами. Така діяльність сприяє економічному розвитку та зміцненню територіальних громад, залучаючи громадян до активної участі в суспільному житті та вирішенні місцевих проблем. Водночас соціально відповідальні практики ведення бізнесу встановлюють нові стандарти у сфері етики, екології, прозорості діяльності та звітування, залучають фінансові ресурси в соціальні проєкти, покращують імідж компаній і сприяють формуванню нових партнерств [23, с. 322]. Особливо важливим є аспект підтримки вразливих груп, адже соціальна згуртованість неможлива без інтеграції осіб, які опинилися в складних життєвих обставинах. Корпоративні програми з працевлаштування ветеранів, допомога внутрішньо переміщеним особам та інші соціальні ініціативи сприяють зменшенню соціальної напруги та підвищенню рівня взаємної підтримки в суспільстві. Необхідно підкреслити, що «КСВ полягає в зобов'язанні підприємств дотримуватися норм і правил, які не за-

Основні напрями впливу КСВ на соціальну згуртованість громад

Напрямок КСВ	Вплив на соціальну згуртованість	Приклад реалізації
Соціальні інвестиції	Покращення умов життя, підтримка громадських ініціатив	Будівництво соціального житла, фінансування освітніх програм
Підтримка вразливих груп	Інтеграція малозабезпечених верств, запобігання соціальній ізоляції, зменшення дискримінації	Програми працевлаштування для ветеранів, гендерно-чутлива кадрова політика, допомога переселенцям
Розвиток громад	Підвищення рівня громадської активності, солідарна відповідальність за управлінські рішення	Гранти для стартапів, підтримка локальних підприємств, заохочення до участі в громадському бюджеті
Екологічна відповідальність	Формування спільних цінностей навколо екологічної безпеки	Впровадження екологічних стандартів виробництва та будівництва, озеленення міст
Партнерство з державою та ГО	Посилення міжсекторної взаємодії, підвищення довіри в державно-приватних відносинах	Спільні із місцевою владою програми розвитку громад, підтримка волонтерських рухів
Корпоративне волонтерство	Зміцнення соціальних зв'язків, активізація участі працівників у громадських ініціативах	Організація корпоративних «днів добрих справ», підтримка соціальних акцій
Етичні бізнес-практики	Формування культури довіри, забезпечення рівних можливостей і впровадження принципів інклюзії	Прозоре управління, протидія корупції, забезпечення гідних умов праці

Джерело: складено на основі [22].

вжди чітко визначені законодавством, але мають значний вплив на якість життя окремих соціальних груп або населення в цілому» [24, с. 150].

Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність є не лише інструментом сталого розвитку компаній, а й дієвим механізмом підвищення рівня соціальної згуртованості громад. Соціально-економічний ефект від посилення КСВ бізнесу в умовах війни проявляється в покращенні репутації компаній, посиленні національної згуртованості, підтримці економіки, розширенні зайнятості населення, підвищенні довіри до компаній серед споживачів і збільшенні їх чисельності, забезпеченні соціальної стійкості [25, с. 98].

Варто відмітити, що не всі підприємства можуть дозволити собі впровадження соціальних програм і заходів: «для малого бізнесу це може дорого коштувати, в той час як великі корпорації мають достатньо ресурсів для покриття таких витрат» [26, с. 290]. Наприклад, у праці угорських науковців проаналізовано еволюцію соціально відповідальних практик малих і середніх підприємств, які мають низку як загальних рис, так і відмінностей [27].

Зміцнення соціальної згуртованості через КСВ можливе завдяки цілеспрямованим крокам, які включають:

1. Формування довіри між бізнесом і суспільством:
 - ✦ прозорість корпоративної діяльності;
 - ✦ відкритість у комунікації з громадами;
 - ✦ дотримання принципів етичного ведення бізнесу.
2. Реалізація довгострокових соціальних проєктів:
 - ✦ освітні ініціативи (стипендії, курси, тренінги);
 - ✦ програми корпоративного волонтерства;
 - ✦ інвестиції в інфраструктуру територіальних громад.
3. Підтримка соціальної інклюзії:
 - ✦ забезпечення рівних можливостей для всіх категорій громадян;
 - ✦ створення робочих місць для вразливих груп населення;
 - ✦ сприяння підприємництву серед жінок, ветеранів, осіб з інвалідністю.
4. Розвиток партнерств із громадськими організаціями та державними структурами:

- ✦ співпраця з ГО у сфері соціальних проєктів;
- ✦ підтримка регіональних ініціатив через державно-приватне партнерство;
- ✦ участь у формуванні соціальної політики на регіональному рівні.

Рівень залучення бізнесу в корпоративну соціальну відповідальність визначає масштаби та ефективність впливу на громади та суспільство. Від разових благодійних ініціатив до довгострокових партнерських програм – КСВ може сприяти локальному розвитку, посиленню регіональної співпраці та формуванню національних стратегій соціального добробуту (табл. 2).

Одним із найвідоміших конкурсів у сфері КСВ в Україні є ініціатива PSM AWARDS, започаткована у 2016 р. для визначення лідерів ринку FinTech та e-commerce. Серед численних номінацій (24 у 2024 р.) представлено й корпоративні соціальні проєкти компаній. А переможцем у 2024 р. став АТ «Ощадбанк» з програмою «Моя безбар'єрність», яка охоплює три напрями: внутрішня трансформація, підтримка ветеранів, комунікаційні ініціативи [28].

У 2022 р. Центр «Розвиток КСВ» (CSR Ukraine) представив модель соціальної відповідальності під час війни, яка складається з 5 компонентів [29]:

1. Безперервність бізнесу та регулярність сплати податків і зборів.

Таблиця 2

Матриця впливу КСВ на спільноти залежно від рівня залучення бізнесу

Рівень залучення бізнесу Рівень впливу на громаду	Локальний	Регіональний	Національний
Низький	Разова благодійна допомога місцевим установам (школам, лікарням)	Спонсорство культурних заходів, спортивних подій	Фінансування соціальних ініціатив на державному рівні
Середній	Створення робочих місць у громаді, програми стажування для молоді	Розвиток освітніх програм, професійна підготовка та перепідготовка кадрів	Підтримка інноваційних соціальних проєктів
Високий	Довгострокові партнерства з місцевою владою, соціальне підприємництво	Розвиток інфраструктури, екологічні ініціативи	Впровадження національних програм сталого розвитку

Джерело: авторська розробка.

2. Безпека трудового колективу та членів сімей співробітників.
3. Допомога армії: фінансова, матеріальна та гуманітарна підтримка ЗСУ та дотичних організацій.
4. Партнерство: спільні програми з органами влади, об'єднаність із конкурентами, поставальниками тощо.
5. Підтримка місцевих громад, на території котрих розміщено або релоковано бізнес.

Ця модель закладена в основу експериментального Індексу КСВ, який обраховується як сума балів за 5 наведеними позиціями. Лідерами КСВ Індексу-2023 стали ТОВ «Нова Пошта» (92 бали), ПрАТ «Київстар» (89 балів), ТОВ «ЕПАМ СИСТЕМЗ» (88 балів), ТОВ «Інфопульс Україна» (87 балів) та АТ «СЕНС БАНК»

(83 бали). Середній бал Індексу КСВ у 2023 р. по 30 компаніям, які подали заявки на участь у рейтингуванні, становив 60 балів із 100. Наступним проєктом CSR Ukraine став індекс під назвою «Компанії, дружні до родини».

ВИСНОВКИ

Корпоративна соціальна відповідальність відіграє ключову роль у формуванні вітчизняного згуртованого суспільства, особливо в умовах війни та повоєнного відновлення. Бізнес, що активно залучається до соціальних ініціатив, не лише сприяє економічному розвитку, а й зміцнює довіру громадян до спроможності партнерів ефективно й вчасно виконувати свої функції при обумовленій підтримці державних органів, підсилює соціальні зв'язки та сприяє розбудові нових,

допомагає долати виклики, пов'язані з кризовими ситуаціями.

Досвід українських компаній свідчить про те, що програми КСВ можуть стати потужним інструментом соціальної інтеграції та консолідації зусиль навколо конструктивного соціального діалогу. Підвищення стандартів роботи в галузі, працевлаштування переселенців, відбудова зруйнованих міст, фінансування гуманітарних проєктів та інші ініціативи формують позитивний імідж підприємств, водночас сприяючи розвитку територіальних спільнот і зміцненню соціального капіталу на національному рівні. В умовах війни соціальний капітал є дієвим «засобом боротьби на засадах соціальної відповідальності та солідарності, активного формування і використання соціальних зв'язків», згуртованості громад на шляху до відстоювання незалежності країни [30, с. 119].

Важливою умовою успішної реалізації КСВ у період відбудови України є взаємодія між бізнесом, державними органами та громадянським суспільством. Партнерські проєкти дозволяють ефективніше розподіляти ресурси, масштабувати соціальні проєкти та забезпечувати довготривалий ефект від програм підтримки. Окрім економічного виміру, КСВ має значний вплив на морально-психологічний стан суспільства. Участь бізнесу у вирішенні соціальних і екологічних проблем сприяє зниженню рівня соціальної напруги, підвищенню відчуття безпеки та створенню нових можливостей для соціальної мобільності різних категорій населення.

Отже, корпоративна соціальна відповідальність у сучасних умовах набуває стратегічного значення для розвитку територіальних громад і суспільного прогресу в цілому. Інтеграція принципів КСВ у бізнес-моделі компаній сприятиме не лише їхньому процвітання, а й формуванню згуртованого, соціально відповідального соціуму, здатного ефективно адаптуватися до нових викликів часу. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

- Hwang J. Corporate Social Responsibility (CSR) and Brand Image. *International Journal of Science and Research Archive*. 2024. Vol. 13. Iss. 02. P. 1569–1578. DOI: <https://doi.org/10.30574/ijrsra.2024.13.2.2348>
- Chen C.-C., Khan A., Hongsuchon T. et al. The Role of Corporate Social Responsibility and Corporate Image in Times of Crisis: The Mediating Role of Customer Trust. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2021. Vol. 18. Iss. 16. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph18168275>
- Şeşena H., Gündoğdu A. Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation and Corporate Image: Testing a Mediation Model. *International Journal of Business*. 2023. Vol. 28. Iss. 1. DOI: [https://doi.org/10.55802/IJB.028\(1\).003](https://doi.org/10.55802/IJB.028(1).003)
- Singh K., Misra M. Linking corporate social responsibility (CSR) and Organizational Performance: the moderating effect of corporate reputation. *European Research on Management and Business Economics*. 2021. Vol. 27. Iss. 1. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.iiedeen.2020.100139>
- Hamad H. A., Cek K. The Moderating Effects of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance: Evidence from OECD Countries. *Sustainability*. 2023. Vol. 15. Iss. 11. DOI: <https://doi.org/10.3390/su15118901>
- Bashir M. Corporate social responsibility and financial performance – the role of corporate reputation, advertising and competition. *PSU Research Review*. 2024. Vol. 8. No. 2. P. 389–402. DOI: <https://doi.org/10.1108/PRR-10-2021-0059>
- Borges A., Ramalho N. A multi-level model integrating corporate social responsibility and political activity in the European Union: What are the institutional implications for foreign companies? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2024. Vol. 31. Iss. 5. P. 4265–4279. DOI: <https://doi.org/10.1002/csr.2795>
- Gerged A. M., Kehbume K. M., Beddewela E. S. Corporate social responsibility disclosure and corporate social irresponsibility in emerging economies: does institutional quality matter? *Business Ethics, the Environment & Responsibility*. 2024. Vol. 10. P. 1–19. DOI: <https://doi.org/10.1111/beer.12683>
- Іршак О. С., Коломієць О. Л., Черепанин А. І. Види корпоративної соціальної відповідальності в контексті досягнення Цілей сталого розвитку. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-13>
- Лункіна Т. І., Дранус Л. С., Дранус В. В. Корпоративна соціальна відповідальність: основні етапи розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2024. № 79. С. 161–166. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure79-27>
- Варламова М. Л., Саркісян Л. Г. Корпоративна соціальна відповідальність як рушій сталого розвитку в ЄС. *Бізнес Інформ*. 2024. № 12. С. 42–48. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-12-42-48>
- Баранецька А. Д. Корпоративна соціальна відповідальність як концепція ретрансляції суспільних цінностей в умовах війни: інформаційно-комунікаційний аспект. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика»*. 2024. Т. 35. № 6. С. 350–361. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.6/54>
- Пахота Н. В., Шурак Л. Я. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу під час війни в Україні.

- Причорноморські економічні студії*. 2024. Вип. 87. С. 161–165.
DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.87-25>
14. Чернявський І. Ю. Підвищення соціальної відповідальності підприємств у ракурсі розвитку інтелектуального капіталу. *Економіка та суспільство*. 2024. № 68.
DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-131>
 15. Borhan H. Civic Education as a Pathway to Inclusive Societies: Exploring the role of education in fostering civic and social engagement. Organisation for Economic Co-operation and Development. *OECD Education Working Paper*. 2025. No. 326. URL: [https://one.oecd.org/document/EDU/WKP\(2025\)3/en/pdf](https://one.oecd.org/document/EDU/WKP(2025)3/en/pdf)
 16. Малиновський Ю. В., Мусянович О. А., Битяк В. Ю., Дубравський А. В. Інтеграція корпоративної соціальної відповідальності у процес організаційних змін на підприємствах у контексті євроінтеграції. *Агросвіт*. 2024. № 10. С. 92–98.
DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.10.92>
 17. Саприкіна М. Соціальна відповідальність стає невід'ємною частиною розвитку та сталості бізнесу. *CSR Ukraine*. URL: <https://csr-ukraine.org/articles/socialna-vidpovidalnist-staie-nev>
 18. Collection of studies on Corporate Social Responsibility prepared by Policy Department C for JURI Committee. *European Parliament*. 2024. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2024/762537/IPOL_BRI\(2024\)762537_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2024/762537/IPOL_BRI(2024)762537_EN.pdf)
 19. Building Trust to Reinforce Democracy: Main findings from the 2021 OECD Survey on Drivers of Trust in Public Institutions. *OECD Publishing Paris*. 2022.
DOI: <https://doi.org/10.1787/b407f99c-en>
 20. Sova O., Voliak L., Khmurova V. Rationales for Efficient and Effective Green Financing under Emergency Rule. *Академічний огляд*. 2023. № 2. С. 90–102.
DOI: <https://doi.org/10.32342/2074-5354-2023-2-59-6>
 21. Мироник Б. М., Слюсаренко К. В., Грибик І. І. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент сталого розвитку підприємства: сучасні тенденції та виклики. *Наукові перспективи*. 2025. № 2. С. 960–987.
DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-2\(56\)-960-987](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-2(56)-960-987)
 22. Соціальна відповідальність суспільних інститутів: інноваційний та соціально-гуманітарний аспект / за наук. ред. А. Кузнецової, Л. Семів, З. Скринник. Київ : ДВНЗ «Університет банківської справи», 2019. 288 с.
 23. Білик Р. Р., Варвус А. І. Соціальна відповідальність бізнесу як основа безпеки підприємництва в сучасних умовах. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2023. Т. 8. № 3. С. 318–323.
DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-3-48>
 24. Сова О. Ю., Кузнецов В. Д. Еволюція системи корпоративної соціальної відповідальності. *Бізнес-навігатор*. 2024. № 2. С. 149–153.
DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.75-25>
 25. Серікова О. М. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни в Україні: національний і глобальний виміри. *Бізнес Інформ*. 2022. № 6. С. 94–10.
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-6-94-100>
 26. Захаркіна Л. С., Новіков В. М. Огляд тенденцій розвитку соціально відповідального бізнесу в ЄС. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*. 2021. № 1. С. 289–294.
DOI: <https://doi.org/10.21272/1817-9215.2021.1-32>
 27. Reisinger A., Szabó R. Z. The event-driven social responsibility in small and medium-sized enterprises. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2024. Vol. 31. Iss. 5. P. 3927–3939.
DOI: <https://doi.org/10.1002/csr.2775>
 28. Найкращий КСВ проєкт. *Payspace Magazine Awards*. 2024. URL: <https://psm7.com/awards-2024/nomination/company/csr>
 29. Модель КСВ для компаній під час війни. *CSR Ukraine*. URL: <https://csr-ukraine.org/news/model-ksv-dlya-kompaniy-pid-chas-viyni>
 30. Звонар В. П., Дяконенко О. І., Сова О. Ю. Закономірності формування соціального капіталу в Україні: теоретичні засади і міжнародний контекст. *Демографія та соціальна економіка*. 2022. № 3. С. 102–122.
DOI: <https://doi.org/10.15407/dse2022.03.102>

REFERENCES

- Baranetska, A. D. (2024). Korporativna sotsialna vidpovidalnist yak kontseptsiiia retransliatsii suspilnykh tsinnostei v umovakh viiny: informatsiino-komunikatsiinyi aspekt. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya «Filolohiia. Zhurnalistyka»*, 35(6), 350–361. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.6/54>
- Bashir, M. (2024). Corporate social responsibility and financial performance – the role of corporate reputation, advertising and competition. *PSU Research Review*, 8(2), 389–402.
DOI: <https://doi.org/10.1108/PRR-10-2021-0059>
- Bilyk, R. R., & Varvus, A. I. (2023). Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak osnova bezpeky pidpriemnytstva v suchasnykh umovakh. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky ta tekhniky*, 8(3), 318–323.
DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-3-48>
- Borges, A., & Ramalho, N. (2024). A multi-level model integrating corporate social responsibility and political activity in the European Union: What are the

- institutional implications for foreign companies? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 31(5), 4265–4279.
DOI: <https://doi.org/10.1002/csr.2795>
- Borhan, N. (2025). Civic education as a pathway to inclusive societies: Exploring the role of education in fostering civic and social engagement. *Organisation for Economic Co-operation and Development. OECD Education Working Paper*, (326). [https://one.oecd.org/document/EDU/WKP\(2025\)3/en/pdf](https://one.oecd.org/document/EDU/WKP(2025)3/en/pdf)
- Building trust to reinforce democracy: Main findings from the 2021 OECD Survey on Drivers of Trust in Public Institutions. (2022). *OECD Publishing Paris*.
DOI: <https://doi.org/10.1787/b407f99c-en>
- Chen, C.-C., Khan, A., Hongsuchon, T., et al. (2021). The role of corporate social responsibility and corporate image in times of crisis: The mediating role of customer trust. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(16).
DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph18168275>
- Cherniavskyi, I. Yu. (2024). Pidvyshchennia sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstv u rakursi rozvytku intelektualnogo kapitalu. *Ekonomika ta suspilstvo*, (68).
DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-131>
- Collection of studies on corporate social responsibility prepared by Policy Department C for JURI Committee. (2024). *European Parliament*. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2024/762537/IPOL_BRI\(2024\)762537_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2024/762537/IPOL_BRI(2024)762537_EN.pdf)
- CSR Ukraine. (n.d.). *Model KSV dlia kompanii pid chas viiny*. <https://csr-ukraine.org/news/model-ksv-dlya-kompaniy-pid-chas-viyni>
- Gerged, A. M., Kehbume, K. M., & Beddewela, E. S. (2024). Corporate social responsibility disclosure and corporate social irresponsibility in emerging economies: Does institutional quality matter? *Business Ethics, the Environment & Responsibility*, 10, 1–19.
DOI: <https://doi.org/10.1111/beer.12683>
- Hamad, H. A., & Cek, K. (2023). The moderating effects of corporate social responsibility on corporate financial performance: Evidence from OECD countries. *Sustainability*, 15(11).
DOI: <https://doi.org/10.3390/su15118901>
- Hwang, J. (2024). Corporate social responsibility (CSR) and brand image. *International Journal of Science and Research Archive*, 13(2), 1569–1578.
DOI: <https://doi.org/10.30574/ijrsra.2024.13.2.2348>
- Irshak, O. S., Kolomiiets, O. L., & Cherepanin, A. I. (2024). Vydy korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti v konteksti dosiahnennia Tsilei staloho rozvytku. *Ekonomika ta suspilstvo*, (59).
DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-13>
- Kuznietsova, A., Semiv, L., & Skrynnyk, Z. (Eds.). (2019). *Sotsialna vidpovidalnist suspilnykh instytutiv: innovatsiyni ta sotsialno-humanitarnyi aspekt*. Kyiv: DVNZ «Universytet bankivskoi spravy».
- Lunkina, T. I., Dranus, L. S., & Dranus, V. V. (2024). Korporativna sotsialna vidpovidalnist: osnovni etapy rozvytku. *Infrastruktura rynku*, (79), 161–166.
DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct79-27>
- Malynovskyi, Yu. V., Musianovych, O. A., Bytiak, V. Yu., & Dubravskyi, A. V. (2024). Intehratsiia korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti u protses orhanizatsiinykh zmin na pidpriemstvakh u konteksti yevro-intehratsii. *Ahrosvit*, (10), 92–98.
DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.10.92>
- Myronyk, B. M., Sliusarenko, K. V., & Hrybyk, I. I. (2025). Korporativna sotsialna vidpovidalnist yak instrument staloho rozvytku pidpriemstva: suchasni tendentsii ta vyklyky. *Naukovi perspektyvy*, (2), 960–987.
DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-2\(56\)-960-987](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-2(56)-960-987)
- Pakhota, N. V., & Shurak, L. Ia. (2024). Korporativna sotsialna vidpovidalnist biznesu pid chas viiny v Ukraini. *Prychornomorski ekonomichni studii*, (87), 161–165. <https://doi.org/10.32782/bses.87-25>
- Payspace Magazine Awards. (2024). *Naikrashchyi KSV projekt*. <https://psm7.com/awards-2024/nomination/company/csr>
- Reisinger, A., & Szabó, R. Z. (2024). The event-driven social responsibility in small and medium-sized enterprises. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 31(5), 3927–3939.
DOI: <https://doi.org/10.1002/csr.2775>
- Saprykyna, M. (n.d.). Sotsialna vidpovidalnist stae nevidiemnoiu chastynoiu rozvytku ta stalosti biznesu. *CSR Ukraine*. <https://csr-ukraine.org/articles/socialna-vidpovidalnist-staie-nev>
- Serikova, O. M. (2022). Korporativna sotsialna vidpovidalnist biznesu v umovakh viiny v Ukraini: natsionalnyi i hlobalnyi vymiry. *Biznes Inform*, (6), 94–100.
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-6-94-100>
- Sesena, H., & Gündoğdu, A. (2023). Corporate social responsibility, corporate reputation and corporate image: Testing a mediational model. *International Journal of Business*, 28(1).
DOI: [https://doi.org/10.55802/IJB.028\(1\).003](https://doi.org/10.55802/IJB.028(1).003)
- Singh, K., & Misra, M. (2021). Linking corporate social responsibility (CSR) and organizational performance: The moderating effect of corporate reputation. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1).
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jiedeen.2020.100139>
- Sova, O. Yu., & Kuznietsov, V. D. (2024). Evoliutsiia systemy korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti. *Biznes-navigator*, (2), 149–153.
DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.75-25>
- Sova, O., Voliak, L., & Khmurova, V. (2023). Rationales for efficient and effective green financing under emergency rule. *Akademichnyi ohliad*, (2), 90–102.

DOI: <https://doi.org/10.32342/2074-5354-2023-2-59-6>

Varlamova, M. L., & Sarkisian, L. H. (2024). Korporativna sotsialna vidpovidalnist yak rushii staloho rozvytku v YeS. *Biznes Inform*, (12), 42–48.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-12-42-48>

Zakharkina, L. S., & Novikov, V. M. (2021). Ohliad tendentsii rozvytku sotsialno vidpovidalnoho biznesu v YeS.

Visnyk SumDU. Seriiia «Ekonomika», (1), 289–294.

DOI: <https://doi.org/10.21272/1817-9215.2021.1-32>

Zvonar, V. P., Diakonenko, O. I., & Sova, O. Yu. (2022). Zakonomirnosti formuvannia sotsialnoho kapitalu v Ukraini: teoretychni zasady i mizhnarodnyi kontekst. *Demohrafiia ta sotsialna ekonomika*, (3), 102–122.

DOI: <https://doi.org/10.15407/dse2022.03.102>