

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-336-96>

УДК 65.012.32: 004.9

ЗЕРКАЛЬ Анастасія

Національний університет «Запорізька політехніка»

<https://orcid.org/0000-0002-3155-1302>

ІННОВАЦІЇ В УПРАВЛІННІ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

У статті досліджено інноваційні підходи до управління корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ) в умовах цифрової трансформації бізнесу. Проаналізовано вплив сучасних технологій, таких як Big Data, штучний інтелект, блокчейн та Інтернет речей, на ефективність реалізації соціально відповідальних ініціатив. Визначено основні виклики, зокрема необхідність інтеграції КСВ у бізнес-стратегію, стандартизації звітності та забезпечення прозорості. Обґрунтовано перспективи розвитку цифрових рішень у сфері КСВ, що сприяють підвищенню підзвітності компаній, покращенню взаємодії зі стейкхолдерами та формуванню стійких бізнес-моделей. Результати дослідження підтверджують, що інноваційні технології є ключовим фактором підвищення ефективності КСВ, забезпечуючи довгострокову конкурентоспроможність компаній.

Ключові слова: Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), інновації, управління, цифрова трансформація бізнесу, Big Data, штучний інтелект (AI), автоматизація, стейкхолдери, сталий розвиток, бізнес, сучасні технології.

ZERKAL Anastasiia

National University «Zaporizhzhia Polytechnic»

INNOVATIONS IN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MANAGEMENT: CHALLENGES AND PROSPECTS FOR MODERN BUSINESS

The article explores innovative approaches to corporate social responsibility (CSR) management in the context of digital transformation. The relevance of the study is determined by the growing role of CSR in ensuring sustainable business development and the increasing expectations of stakeholders regarding corporate transparency, accountability, and ethical conduct. The purpose of the research is to analyze the impact of digital technologies on CSR efficiency and to identify challenges and prospects for their implementation in corporate governance.

The research methodology includes a systematic approach to studying CSR management practices, comparative analysis of traditional and digitalized CSR models, and evaluation of technological tools such as Big Data, artificial intelligence, blockchain, and the Internet of Things. The study also applies analytical methods to assess the effectiveness of digital solutions in monitoring and reporting corporate social and environmental initiatives.

The findings indicate that the integration of digital technologies into CSR enhances corporate accountability, optimizes reporting processes, and facilitates proactive engagement with stakeholders. Digitalization allows for real-time tracking of environmental and social indicators, automation of sustainability reporting, and more precise measurement of CSR outcomes. However, the research highlights significant challenges, including the lack of standardized evaluation methods, the complexity of data integration, and the necessity of adapting business strategies to new digital tools. Addressing these challenges requires companies to develop cross-sector partnerships and implement comprehensive digital transformation strategies.

The practical significance of the article lies in its contribution to the development of innovative CSR management practices by demonstrating how digital solutions can improve the efficiency and transparency of corporate social responsibility efforts. The results provide insights for business leaders, policymakers, and researchers interested in enhancing CSR through technology-driven approaches. The study underscores the need for further investigation into the long-term impact of digital transformation on corporate sustainability and the development of unified assessment methodologies for CSR initiatives.

Key words: Corporate Social Responsibility (CSR), innovation, management, digital business transformation, Big Data, artificial intelligence (AI), automation, stakeholders, sustainable development, business, modern technologies.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Сучасний бізнес функціонує в умовах глобальних викликів, серед яких соціальна нерівність, екологічна криза, посилення регуляторного контролю та зростаючі очікування стейкхолдерів. У цьому контексті корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) стає не просто етичним зобов'язанням компаній, а стратегічним інструментом їхньої конкурентоспроможності та довгострокового розвитку. Однак традиційні підходи до управління КСВ часто виявляються недостатньо ефективними у швидкозмінному економічному та технологічному середовищі.

Однією з ключових проблем є фрагментарний підхід до КСВ, коли соціальна відповідальність розглядається як окремий напрямок, що не інтегрується у загальну бізнес-стратегію компанії. У результаті ініціативи КСВ залишаються другорядними, а їхній реальний вплив на стійкість та ефективність організації залишається обмеженим. Водночас багато компаній стикаються з труднощами у вимірюванні ефективності соціальних та екологічних ініціатив, оскільки відсутність єдиних стандартів ускладнює об'єктивне оцінювання результатів та ухвалення стратегічних рішень.

Ще одним викликом є динаміка суспільних очікувань. Стейкхолдери-споживачі, інвестори, регулятори та місцеві громади очікують від бізнесу більшої прозорості, відповідальності та реальних дій у

сфері сталого розвитку. Будь-яка невідповідність цим очікуванням може призводити до репутаційних ризиків, втрати довіри та навіть фінансових збитків.

Окрім цього, сучасні технологічні можливості ще не повною мірою використовуються для підвищення ефективності управління КСВ. Хоча цифрові інструменти дозволяють автоматизувати процеси збору даних, аналізу впливу та комунікації з суспільством, багато компаній не інтегрували їх у свої КСВ-стратегії. Це обмежує їхню здатність швидко адаптуватися до змін та забезпечувати прозорість діяльності.

Таким чином, дослідження інноваційних підходів до управління КСВ є актуальним, оскільки спрямоване на вирішення ключових проблем соціальної відповідальності бізнесу, інтеграцію КСВ у загальну стратегію розвитку компаній та ефективне використання сучасних технологій для досягнення сталого розвитку.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

У сучасних дослідженнях корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) значна увага приділяється викликам та перспективам її впровадження, особливо в умовах цифрової трансформації. Зокрема, Беспалько М. [5] розглядає актуальні проблеми та можливості розвитку КСВ в Україні, наголошуючи на необхідності інтеграції міжнародних стандартів та адаптації бізнесу до сучасних соціальних вимог. Борщ В. і Жмай О. [6] аналізують КСВ підприємств енергетичного сектору України у контексті Цілей сталого розвитку ООН, підкреслюючи важливість екологічної відповідальності та ефективного управління ресурсами.

Головань І. і Сивакова Н. [8] досліджують моделі та стратегії КСВ, пропонуючи підходи до її інтеграції в управлінські процеси підприємств. Водночас Гусева О. та Легомінова С. [10] акцентують увагу на ролі диджиталізації як інструменту оптимізації бізнес-процесів та підвищення ефективності корпоративної відповідальності. Крім того, Длугопольська Т. та Сентик М. [11] аналізують успішні кейси міжнародних компаній у сфері КСВ, що демонструють ефективність цифрових технологій у підвищенні прозорості та підзвітності бізнесу. Терещук А. [14] розглядає вплив КСВ на формування іміджу ІТ-компаній, підкреслюючи значення соціально відповідальних ініціатив для підвищення конкурентоспроможності цифрового бізнесу.

Таким чином, наукові дослідження підтверджують, що цифровізація є важливим чинником у розвитку КСВ, сприяючи підвищенню рівня взаємодії між бізнесом та суспільством, вдосконаленню механізмів звітності та формуванню довгострокових стратегій сталого розвитку. Однак залишається низка викликів, зокрема, потребують детального аналізу інноваційні підходи до управління корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ) через цифровізацію бізнес-процесів, зокрема використання Big Data, штучного інтелекту, блокчейну та Інтернету речей.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є дослідження інноваційних підходів до управління корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ) в умовах сучасного бізнес-середовища, визначення основних викликів, що перешкоджають ефективній інтеграції КСВ у стратегії компаній, а також аналіз перспектив використання цифрових технологій, автоматизації процесів та міжсекторального партнерства для підвищення ефективності соціально відповідальних ініціатив та забезпечення сталого розвитку бізнесу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

В умовах глобальної цифрової трансформації корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) перестає бути лише етичним зобов'язанням бізнесу, а стає стратегічним інструментом підвищення його конкурентоспроможності та стійкості. Традиційні підходи до управління КСВ, що базуються на фрагментарних ініціативах і «ручному» зборі даних, поступово поступаються місцем інноваційним моделям, які використовують цифрові технології, аналітику великих даних та автоматизовані системи моніторингу [1, с.449-464]. Такий перехід дозволяє компаніям не лише підвищувати ефективність соціально відповідальних програм, а й забезпечувати прозорість звітності та гнучкість у реагуванні на виклики сталого розвитку. У таблиці 1 представлено порівняння традиційного та інноваційного підходів до управління КСВ, що дозволяє оцінити ключові зміни у цьому напрямі.

Таблиця 1

Порівняльна таблиця традиційного та інноваційного управління КСВ [2, с.385; 12; 13, с.212]

Параметр	Традиційний підхід	Інноваційний підхід
Інтеграція у стратегію	КСВ розглядається як окремий напрямок	КСВ інтегрується у загальну бізнес-стратегію
Методи управління	Реактивний підхід (відповідь на зовнішні запити)	Проактивний підхід (стратегічне планування)
Технології	Ручний збір даних, паперова звітність	Big Data, AI, блокчейн, цифрові платформи
Моніторинг КСВ	Фрагментарний аналіз	Автоматизований аналіз у режимі реального часу
Взаємодія зі стейкхолдерами	Обмежена комунікація	Відкрита цифрова екосистема

Існують суттєві відмінності між традиційним та інноваційним підходами до управління корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ). Традиційні методи, як правило, мають фрагментарний характер і часто реалізуються у вигляді окремих соціальних або екологічних ініціатив без тісного зв'язку із загальною бізнес-стратегією компанії. Такий підхід є переважно реактивним, тобто компанії вдаються до КСВ-діяльності у відповідь на зовнішній тиск з боку регуляторів, споживачів чи громадськості [4, с. 2828-2838]. Крім того, процеси збору та аналізу даних у традиційній моделі КСВ є менш ефективними, оскільки вони часто виконуються вручну, що ускладнює оцінку реального впливу соціально відповідальних ініціатив.

Натомість інноваційне управління КСВ передбачає її глибоку інтеграцію в загальну бізнес-стратегію компанії та використання сучасних цифрових технологій для підвищення ефективності. Автоматизовані системи моніторингу, штучний інтелект та аналіз великих даних дозволяють компаніям здійснювати постійний контроль за виконанням соціальних та екологічних зобов'язань, забезпечуючи при цьому вищий рівень прозорості та підзвітності. Використання блокчейн-технологій унеможливорює маніпуляції з корпоративною звітністю, а цифрові платформи сприяють ефективнішій комунікації із зацікавленими сторонами. Таким чином, інноваційні підходи до КСВ не лише підвищують її ефективність, а й забезпечують довгострокову стійкість бізнесу, адаптуючи його до сучасних викликів сталого розвитку.

Сучасне розуміння корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) виходить за межі традиційної філантропії та включає стратегічне управління екологічними, соціальними та управлінськими (ESG) аспектами бізнесу. Інноваційні підходи до управління КСВ спрямовані на інтеграцію соціально відповідальних ініціатив у бізнес-модель компанії, використання цифрових технологій для моніторингу та звітності, а також на розвиток партнерств із зацікавленими сторонами (рис.1).

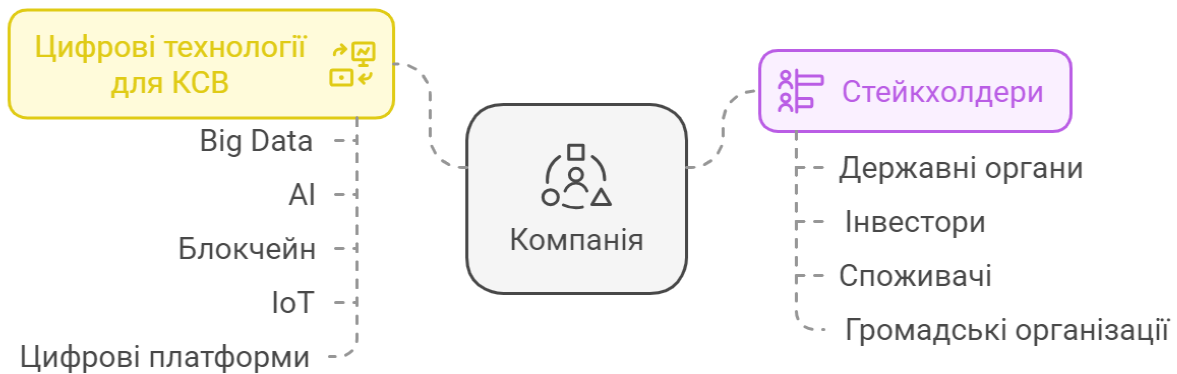


Рис.1. Цифрова екосистема корпоративної соціальної відповідальності (КСВ)

Джерело: запропоновано автором

Цифрова екосистема корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) охоплює комплекс цифрових технологій та інформаційних систем, які забезпечують ефективне управління соціальними та екологічними ініціативами компаній. Основу цієї екосистеми становлять великі дані (Big Data), штучний інтелект (AI), Інтернет речей (IoT), блокчейн та цифрові платформи управління. Big Data та AI використовуються для аналізу ефективності КСВ-ініціатив, прогнозування ризиків та автоматизованого прийняття рішень. IoT сприяє моніторингу екологічних показників у режимі реального часу, зокрема рівня викидів парникових газів та споживання ресурсів. Блокчейн-технології забезпечують прозорість та надійність корпоративної звітності, дозволяючи ефективно відстежувати екологічні, соціальні та управлінські (ESG) показники. В таблиці 2 наведено основні цифрові технології, що впливають на ефективність КСВ, їхні функції та очікувані результати впровадження.

Таблиця 2

Вплив цифрових технологій на ефективність КСВ [1, с. 449-454;12]

Технологія	Функція в управлінні КСВ	Очікуваний ефект
Big Data	Збір та аналіз ESG-даних	Оптимізація рішень, прогнозування ризиків
AI (Штучний інтелект)	Автоматизований аналіз соціального впливу	Зниження витрат, підвищення точності оцінки
Блокчейн	Прозорість звітності, аудит даних	Мінімізація маніпуляцій та шахрайства
IoT (Інтернет речей)	Моніторинг екологічних показників у реальному часі	Скорочення викидів, підвищення екологічної ефективності
Цифрові платформи	Автоматизація звітності та комунікації	Покращення зв'язку із зацікавленими сторонами

Аналіз таблиці 3 свідчить про те, що цифрові технології істотно змінюють підходи до управління корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ), роблячи їх більш прозорими, ефективними та стратегічно орієнтованими. Використання Big Data дозволяє компаніям здійснювати глибоку аналітику

екологічних, соціальних та управлінських (ESG) показників, що сприяє ухваленню обґрунтованих рішень у сфері сталого розвитку. Штучний інтелект (AI), у свою чергу, допомагає не лише обробляти великі масиви даних, а й прогнозувати ризики, пов'язані з соціальними чи екологічними аспектами діяльності компанії, що мінімізує можливі негативні наслідки.

Крім того, блокчейн значно підвищує рівень прозорості корпоративної звітності, забезпечуючи надійність і неможливість фальсифікації даних про екологічний вплив та соціальні ініціативи. Інтернет речей (IoT) дозволяє здійснювати безперервний моніторинг екологічних параметрів, таких як рівень викидів CO₂, споживання води чи енергії, що сприяє ефективнішому контролю ресурсів. Також цифрові платформи управління КСВ забезпечують автоматизацію звітності та вдосконалюють комунікацію між компанією та її зацікавленими сторонами. Отже, впровадження цифрових технологій у сфері КСВ не лише покращує ефективність соціально відповідальних ініціатив, а й сприяє довгостроковій сталості бізнесу, підвищуючи його конкурентоспроможність та довіру з боку стейкхолдерів.

Взаємодія компаній зі стейкхолдерами у межах цифрової екосистеми КСВ відбувається через інтегровані цифрові платформи, що автоматизують процеси звітності, моніторингу та комунікації (рис.2). Інвестори використовують ці дані для прийняття фінансових рішень, державні органи – для оцінки відповідності нормативним вимогам, а громадські організації та споживачі – для контролю соціальної та екологічної відповідальності бізнесу [7, с.5776]. Впровадження цифрових рішень сприяє підвищенню ефективності корпоративного управління КСВ, забезпечуючи не лише відповідність сучасним регуляторним вимогам, а й формування довгострокової стійкості компанії в умовах глобальної цифрової трансформації.

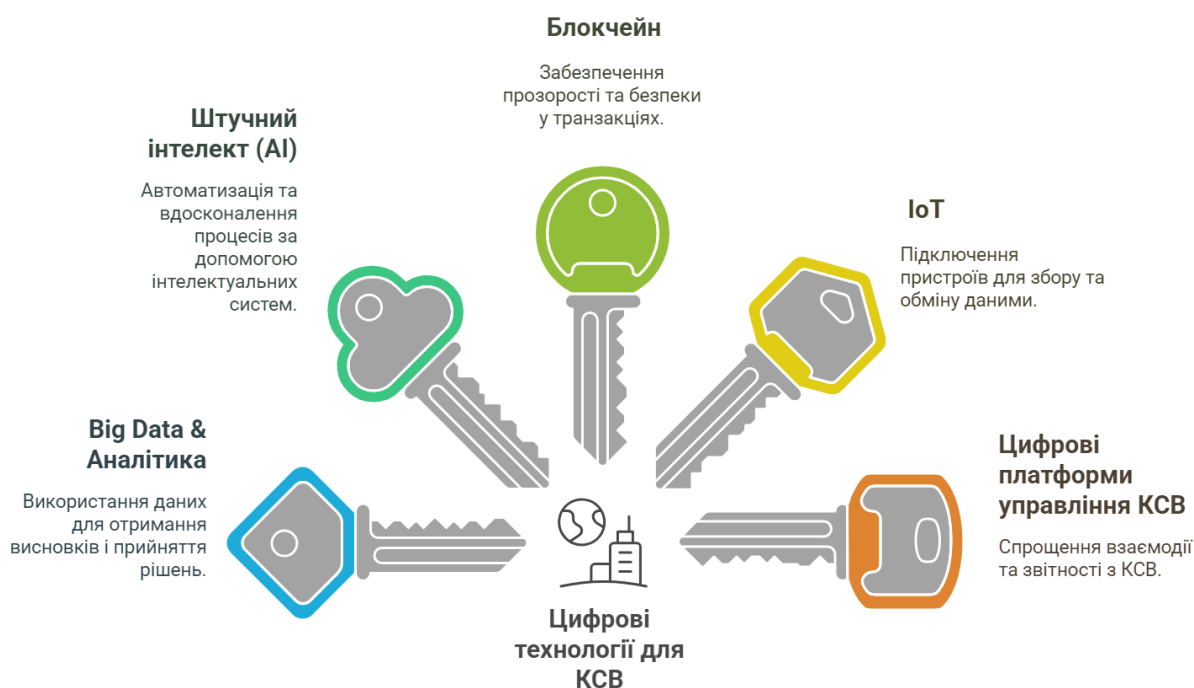


Рис. 2 Ключові тренди використання цифрових технологій в управлінні корпоративною соціальною відповідальністю
Джерело: запропоновано автором

Одним із ключових трендів у сфері КСВ є цифровізація процесів. Використання технологій великих даних (Big Data), штучного інтелекту (AI) та блокчейну сприяє підвищенню прозорості та підзвітності компаній у сфері соціальної відповідальності. Наприклад, блокчейн дозволяє забезпечити надійний облік екологічних та соціальних показників, що знижує ризик маніпуляцій із корпоративною звітністю [13, с.48]. Автоматизовані системи збору та аналізу даних дають змогу компаніям ефективно оцінювати вплив своїх КСВ-ініціатив, забезпечуючи більш точне вимірювання соціального ефекту.

Попри позитивні тенденції, управління КСВ залишається складним завданням для компаній через низку бар'єрів. Одним із головних викликів є недостатня інтеграція КСВ у загальну бізнес-стратегію. У багатьох компаніях соціально відповідальні ініціативи залишаються другорядними, а їх реалізація часто є реактивною, тобто зумовленою зовнішнім тиском з боку регуляторів чи суспільства (табл.3).

Ще одна проблема полягає у відсутності єдиних підходів до оцінки ефективності КСВ-ініціатив. Незважаючи на існування міжнародних стандартів звітності, таких як GRI (Global Reporting Initiative) чи SASB (Sustainability Accounting Standards Board), багато компаній використовують власні підходи до оцінювання соціального та екологічного впливу [7]. Це ускладнює порівняння показників між різними організаціями та знижує ефективність аналізу результатів.

Таблиця 3

Основні виклики в управлінні КСВ та можливі рішення [7, с. 124–125; 3, с. 1145]

Виклик	Причини	Інноваційне рішення
Недостатня інтеграція КСВ у бізнес-стратегію	Відсутність механізмів вимірювання впливу	Використання ESG-метрик та цифрових інструментів аналізу
Відсутність єдиних стандартів оцінки КСВ	Використання різних методик звітності	Запровадження міжнародних стандартів (GRI, SASB, ESRS)
Недостатня прозорість даних	Можливі маніпуляції зі звітністю	Використання блокчейн-технологій для перевірки даних
Високі витрати на КСВ-ініціативи	Відсутність цифрових рішень для оптимізації витрат	Автоматизація процесів та використання AI-аналітики
Складність комунікації з громадськістю	Недостатня відкритість компаній	Використання цифрових платформ для взаємодії з суспільством

Крім того, зростаючі очікування стейкхолдерів щодо прозорості та підзвітності бізнесу створюють додатковий тиск на компанії. Сучасні споживачі, інвестори та регулятори дедалі більше звертають увагу на реальні дії компаній у сфері КСВ, а не лише на декларативні заяви [5]. Це означає, що бізнесу необхідно вдосконалювати механізми комунікації та забезпечувати доступ до об'єктивних даних щодо реалізації соціально відповідальних практик.

Майбутнє управління КСВ значною мірою визначатиметься розвитком цифрових технологій, підвищенням стандартів прозорості та активною співпрацею між бізнесом, урядом та громадянським суспільством. Одним із найбільш перспективних напрямів є інтеграція ESG-метрик у фінансову звітність компаній. Зокрема, Європейський Союз активно розвиває нормативні вимоги щодо розкриття ESG-показників, що стимулює бізнес до підвищення відповідальності у сфері сталого розвитку.

Також зростає роль штучного інтелекту у сфері КСВ. AI-технології дозволяють прогнозувати ризики, аналізувати величезні обсяги інформації та оптимізувати управління ресурсами. Наприклад, алгоритми машинного навчання можуть виявляти потенційні екологічні загрози та рекомендувати найбільш ефективні стратегії їх мінімізації.

Важливим фактором є розвиток міжсекторальних партнерств. Співпраця бізнесу з державними структурами, науковими установами та громадськими організаціями сприяє розробці ефективних рішень у сфері КСВ. Такі партнерства дозволяють об'єднувати ресурси, знання та досвід, що дає змогу реалізовувати масштабні проекти соціального та екологічного спрямування.

Отже, інновації в управлінні КСВ відкривають нові можливості для підвищення ефективності корпоративної соціальної відповідальності, однак водночас потребують комплексного підходу, що поєднує стратегічне планування, технологічні рішення та активну взаємодію із суспільством.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ**І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ**

Цифровізація корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) відкриває нові можливості для бізнесу, дозволяючи ефективніше інтегрувати соціальні та екологічні аспекти у стратегію розвитку компаній. Аналіз інноваційних підходів до управління КСВ показує, що використання сучасних технологій, таких як Big Data, штучний інтелект, блокчейн та Інтернет речей, сприяє підвищенню прозорості, підзвітності та ефективності корпоративної соціальної відповідальності. Автоматизація процесів, прогнозування ризиків та моніторинг екологічних показників у реальному часі дають змогу компаніям не лише відповідати на зростаючі очікування суспільства, а й формувати довгострокові стійкі бізнес-моделі.

Водночас процес цифрової трансформації КСВ супроводжується низкою викликів, зокрема необхідністю адаптації до нових стандартів звітності, інтеграції цифрових рішень у традиційні бізнес-процеси та забезпечення кібербезпеки. Також важливою залишається проблема оцінки ефективності КСВ-ініціатив, оскільки відсутність уніфікованих методик може ускладнювати порівняння результатів між компаніями. Для подолання цих викликів компаніям слід розвивати партнерства з науковими установами, державними органами та громадськими організаціями, що дозволить створювати більш ефективні механізми управління КСВ та впроваджувати інноваційні рішення на міжсекторальному рівні.

Отже, інновації у сфері КСВ є важливим чинником сталого розвитку сучасного бізнесу, сприяючи підвищенню відповідальності компаній перед суспільством та навколишнім середовищем. Впровадження цифрових технологій дозволяє не лише оптимізувати процеси КСВ, а й зміцнює довіру між бізнесом та зацікавленими сторонами. Подальші дослідження у цій сфері мають бути спрямовані на розробку ефективних методик оцінки впливу цифрових рішень на соціальну відповідальність компаній, а також на вивчення нових технологічних тенденцій, які можуть сприяти подальшому розвитку КСВ у глобальному масштабі.

Література

1. Barkemeyer, R., Preuss, L., & Lee, L. (2019). Linking corporate social responsibility to innovation: An analysis of the construction industry. *Journal of Business Ethics*, 157(2), 449-464.

2. Gao, Y., & Li, S. (2020). How corporate social responsibility affects employee creativity: The mediating role of psychological safety and the moderating role of power distance. *Journal of Business Ethics*, 162(2), 385–400.
3. Kim, S. (2019). The process model of corporate social responsibility (CSR) communication: CSR communication and its relationship with consumers' CSR knowledge, trust, and corporate reputation perception. *Journal of Business Ethics*, 154(4), 1143–1159.
4. Laguir, L., Laguir, I., & Tchemeni, E. (2019). Implementing CSR activities through management control systems: A formal and informal control perspective. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(2), 531–555.
5. Nguyen, T. H., & Le, D. T. (2020). The impact of corporate social responsibility on innovation: Evidence from Vietnamese small and medium-sized enterprises. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(6), 2828–2838.
6. Беспалько О. Про виклики та перспективи корпоративної соціальної відповідальності в Україні URL: <https://inweb.ua/blog/ua/pro-vyklyky-ta-perspektyvy-korporatyvnoyi-soczialnoyi-vidpovidalnosti-v-ukrayini/>
7. Борщ В. І., Жмай О. В. Аналіз корпоративної соціальної відповідальності підприємств енергетичної сфери України в контексті цілей сталого розвитку ООН. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2021. № 4(47). С. 7097.
8. Бочарова Н. А., Федотова І. В. Дослідження КСВ як основи концепції сталого розвитку підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2020. № 36. С. 5776.
9. Головань І. С., Сивакова Н. П. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та стратегії. Центр «Розвиток КСВ», 2021. URL: https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2021/11/book_2011-1.pdf
10. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З. Формування системи конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва в умовах цифровізації. Підприємництво: сучасні виклики, тренди та трансформації : колективна монографія / за заг. ред. Гринько Т.В. Вид-во : ФОП Біла К.О., 2023. С. 121–186
11. Гусева О. Ю., Легомінова С. В. Диджиталізація - як інструмент удосконалення бізнес-процесів, їх оптимізація. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018, № 1 (23). С. 33-39. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2018_1_7
12. Длугопольська Т., Сентик М. Успішні кейси міжнародних компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності. *Соціально-економічні відносини в цифровому суспільстві*. 2022. Т. 4 (46). С. 49–57.
13. Зеркаль А. В. Інноваційні підходи та сучасні тенденції діджитал-маркетингу та електронної комерції // *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. Серія: "Економічні науки". - 2024. - №3. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-3-9766>
14. Зеркаль А. В. Корпоративна культура та комерційна свідомість персоналу – інноваційні напрями розвитку підприємств : монографія. Tallinn: Teadmus OÜ, 2022, 346 с.
15. Терещук А. Імідж цифрової компанії через призму корпоративної соціальної відповідальності. Вивчення впливу корпоративної соціальної відповідальності на формування бренду IT-компаній. *Економіка та суспільство*. 2024. No 65. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-213>

References

1. Barkemeyer, R., Preuss, L., & Lee, L. (2019). Linking corporate social responsibility to innovation: An analysis of the construction industry. *Journal of Business Ethics*, 157(2), 449–464.
2. Gao, Y., & Li, S. (2020). How corporate social responsibility affects employee creativity: The mediating role of psychological safety and the moderating role of power distance. *Journal of Business Ethics*, 162(2), 385–400.
3. Kim, S. (2019). The process model of corporate social responsibility (CSR) communication: CSR communication and its relationship with consumers' CSR knowledge, trust, and corporate reputation perception. *Journal of Business Ethics*, 154(4), 1143–1159.
4. Laguir, L., Laguir, I., & Tchemeni, E. (2019). Implementing CSR activities through management control systems: A formal and informal control perspective. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(2), 531–555.
5. Nguyen, T. H., & Le, D. T. (2020). The impact of corporate social responsibility on innovation: Evidence from Vietnamese small and medium-sized enterprises. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(6), 2828–2838.
6. Беспалько, О. (n.d.). Pro vyklyky ta perspektyvy korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti v Ukraini. *Inweb*. Retrieved from <https://inweb.ua/blog/ua/pro-vyklyky-ta-perspektyvy-korporatyvnoyi-soczialnoyi-vidpovidalnosti-v-ukrayini/>
7. Borshch, V. I., & Zhmai, O. V. (2021). Analiz korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstv enerhetychnoi sfery Ukrainy v konteksti tsilei staloho rozvytku OON. *Rynkova ekonomika: suchasna teoriia i praktyka upravlinnia*, 4(47), 70–97.
8. Bocharova, N. A., & Fedotova, I. V. (2020). Doslidzhennia KSV yak osnovy kontseptsii staloho rozvytku pidpriemstva. *Ekonomika transportnoho kompleksu*, 36, 57–76.
9. Holovan, I. S., & Syvakova, N. P. (2021). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: modeli ta stratehii. Tsentr «Rozvytok KSV». Retrieved from https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2021/11/book_2011-1.pdf
10. Hrynyk, T. V., & Hviniashevili, T. Z. (2023). Formuvannia systemy konkurentospromozhnosti subiektiv pidpriemnytstva v umovakh tsyfrovizatsii. In T. V. Hrynyk (Ed.), *Pidpriemnytstvo: suchasni vyklyky, trendy ta transformatsii* (pp. 121–186). FOP Bila K. O.
11. Husieva, O. Yu., & Lehominova, S. V. (2018). Dydzhytalizatsiia yak instrument udoskonalennia biznes-protsesiv, yikh optymizatsiia. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*, 1(23), 33–39. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2018_1_7
12. Dluhopolska, T., & Sentyk, M. (2022). Uspishni keisy mizhnarodnykh kompanii u sferi korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti. *Sotsialno-ekonomichni vidnosyny v tsyfrovomu suspilstvi*, 4(46), 49–57.
13. Zerkal, A. V. (2024). Innovatsiini pidkhody ta suchasni tendentsii didzhytal-marketynhu ta elektronnoi komertsii. *Mizhnarodnyi zhurnal "Internauka"*. Serii: "Ekonomiczni nauky", 3. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-3-9766>
14. Zerkal, A. V. (2022). Korporatyvna kultura ta komertsiiina svidomist personala – innovatsiini napriamy rozvytku pidpriemstv. Tallinn: Teadmus OÜ.
15. Tereshchuk, A. (2024). Imidzh tsyfrovoi kompanii cherez pryzmu korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: Vyvchennia vplyvu korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti na formuvannia brendu IT-kompanii. *Ekonomika ta suspilstvo*, 65. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-213>