

perspective, branding is closely related to the development of integrated marketing communications that reflect the significance of the brand, the effectiveness of the brand, the image of the brand, the judgment about the brand and the emotions that are evoked. The effectiveness of a brand is characterized by such criteria as identity and value. In the restaurant business, the main elements of an effective brand are: brand loyalty, integrity, brand image, brand awareness.

References:

1. SPBD Publications. Entrepreneurship Model Paper: basic guide. Dehli: SBPD Editorial Board, 2015. 148 p.
2. Martin F., Jonathan S., Thompson J. Strategic management awareness and change 9e. Cengage Learning, 2019. 720 p.
3. Cold Stone Creamery (n.d.) Create Your Own Ice Cream. Available at: <https://www.coldstonecreamery.com/icecream/createyourown/index.html>
4. Dyachun O. Characteristics of the stock of factors that contribute to the macro environment of a company. Theoretical and applied aspects of economic development: materials of the III International. scientific-practical conference, m. Ternopil, 25 rooms. 2013 r. Ternopil, 2013. pp. 158–160.
5. Legeza D., Kulish T. Marketing approaches to solving current obstacles of grain export to EU countries. Trends in the development of marketing in the minds of insignificance: Zb/ mater. All-Ukrainian scientific-practical Conf., Lviv, 22 March 2024. Lviv, 2024. P. 324–327.



Олена Будякова

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри смарт-економіки,

Київського національного університету технологій та дизайну,
м. Київ

**КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА РОЗВИТОК
БІОЕКОНОМІКИ**

Аналіз шляхів та методів підвищення ефективності полі корпоративної соціальної відповідальності в стабілізації економіки, охороні навколишнього середовища, захисту біорізноманіття, збереженні екосистем, підвищенні якості життя населення, інклюзивного розвитку тощо – отже соціальної відповідальності бізнесу є актуальною проблемою, вирішення якої має як теоретичне, так і практичне значення.

Організації протягом останніх десятиліть використовували корпоративну соціальну відповідальність (КСВ), щоб створювати користь суспільству, водночас зміцнюючи репутацію організації, бренду [1].

Десятиліття дискусій про корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) призвели до появи значної кількості досліджень, які пропонують низку філософій, які, незважаючи на реальні та відповідні відмінності між їхніми теоретичними припущеннями, висловлюють консенсус щодо фундаментальної ідеї про те, що організації зобов'язані працювати для покращення суспільства.

Концепція корпоративної соціальної відповідальності у форматі, який позиціонується у теперішній час, є результатом та продуктом еволюції відносин організацій XX століття, сформована на початку 1950-х років. Історія корпоративної соціальної відповідальності фактично охоплює понад два століття, від зародження філантропічної відповідальності до концепції сталого розвитку.

У 1991 р. Арчі Б. Керрол у публікації статті «Піраміда корпоративної соціальної відповідальності» визначив сфери для впровадження КСВ в організації.



Рис. 1. Піраміда корпоративної соціальної відповідальності Арчі Керолла
Джерело: наведено автором на основі [2]

Інфраструктура КСВ побудована на передумовах економічно сталого бізнесу. Суспільство проголошує як потрібно вести діяльність через закони, нормативні акти, тощо. Також від організації очікується

дотримання етичних принципів. КСВ передбачає, що організація надає фінансові, фізичні та людські ресурси громадам.

Протягом останніх двох десятиліть КСВ продовжувала розвиватися завдяки актуальності соціальних та екологічних показників діяльності.

Проблеми навколишнього середовища, які посилюються бізнес-стратегіями та діяльністю (наприклад, використанням вуглецю та виробництвом відходів), знаходяться в центрі уваги організацій, щоб зменшити негативний вплив.

Корпоративна відповідальність та прозорість є фундаментальними для будь-якої організації, яка прагне досягти успіху в сфері сталого розвитку. Оскільки зацікавлені сторони все більше вимагають підзвітності, організаціям необхідно прийняти прозорий підхід у своїх практиках сталого розвитку. Це означає не лише взяти зобов'язання, але й відкрито звітувати про прогрес й проблеми. Прозорість створює довіру та зміцнює довіру споживачів, інвесторів і регуляторних органів, які мають вирішальне значення для довгострокового успіху організації [3].

Законодавство ЄС вимагає від усіх великих компаній та всіх зареєстрованих на біржі компаній (крім мікропідприємств) розкривати інформацію щодо ризиків та можливостей, пов'язаних з соціальними та екологічними проблемами, а також про вплив їх діяльності на людей та навколишнє середовище [3].

КСВ зосереджена на рівні організації й стосується обов'язків організації перед суспільством та навколишнім середовищем.

КСВ тісно пов'язана зі сталим розвитком. Тому що сталий розвиток стосується економічних, соціальних та екологічних цілей, спільних для всіх людей, його можна може бути використаний як спосіб узагальнення більш повних очікувань суспільства, які необхідно враховувати організаціям, що прагнуть діяти відповідально.

Так керівні принципи Стратегії сталого розвитку України до 2030 року як «Участь представників бізнесу та соціальних партнерів» передбачають «Забезпечити формування соціального діалогу, запровадження корпоративної соціальної відповідальності й державно-приватного партнерства з метою сприяння співпраці та виконання загальних зобов'язань для досягнення сталого споживання і виробництва» [5].

Існує взаємозв'язок між концепцією сталого розвитку, яку традиційно називають корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ), та концепцією сталої циркулярної біоекономіки. Порівняно з концепцією КСВ та потрійним критерієм, циркулярна біоекономіка є інструментом, який можна використовувати для моніторингу досягнення Цілей сталого розвитку, які мають здатність описати вплив на навколишнє середовище (наприклад, у концепціях оцінки життєвого циклу). Таким чином, циркулярну біоекономіку можна вважати практичним методом реалізації концепції КСВ [4].

Організації повинні базувати свою поведінку на стандартах, керівних принципах або правилах поведінки, які відповідають з прийнятими принципами ефективної поведінки КСВ.

Список використаних джерел:

1. Будякова О.Ю., Суддя Ю.М. Корпоративна соціальна відповідальність у парадигмі сталого розвитку. *Сталий розвиток економіки*. 2025. 2 (53). С. 455-463. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-53-64>
2. Carroll A. B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*. 1991. pp. 55-66.
3. Будякова О. Ю., Конченко Д. Р. Сучасні тенденції визначення принципів ESG у корпоративному сталому розвитку. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент»*. 2024. № 60. С. 4-11. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-2675/2024-60-1>
4. Будякова О.Ю. Сучасні стратегії сталого розвитку: корпоративна соціальна відповідальність та біоекономіка. *Сучасні стратегії сталого розвитку держави та суспільства: наукові горизонти та перспективи: збірник матеріалів II-ї науково-практичної конференції за міжнародною участю / за наук. ред. О. В. Чепелюк, В. Д. Філіппової, В. М. Демченка. (м. Хмельницький, 25 лютого 2025 року). Хмельницький: ХНТУ, 2025. Том 2. 728 с. С. 231-235.* <https://doi.org/10.5281/zenodo.15041563>
5. Проект Закону України Про Стратегію сталого розвитку України до 2030 року від 07.08.2018 № 9015. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JH6YF00A?an=332>



Світлана Бурденюк,
кандидат економічних наук,
Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти
«Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ: ШЛЯХ ДО ЕФЕКТИВНОГО МАЙБУТНЬОГО

Цифровізація пенсійної системи є ключовим фактором на шляху до побудови ефективної, прозорої та доступної системи пенсійного забезпечення для громадян. Впровадження сучасних технологій не лише оптимізує існуючі процеси, але й відкриває нові можливості для підвищення якості послуг та гарантування стабільного майбутнього для пенсіонерів.

У контексті пенсійних систем цифровізація охоплює використання цифрових технологій для підвищення ефективності, прозорості та покращення досвіду членів на всіх етапах управління пенсіями. Це включає в себе оцифрування записів, автоматизацію адміністративних завдань, надання онлайн-доступу для членів, покращення комунікації та