

І. Гнатенко, д.е.н., професор,
професор кафедри підприємництва та бізнесу,
Київський національний університет технологій та дизайну,
м. Київ, Україна

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Корпоративна соціальна відповідальність у діяльності підприємницького університету є однією з ключових сучасних концепцій, яка визначає роль закладу вищої освіти не лише як освітньої чи наукової установи, а як важливого соціального інституту, що впливає на розвиток суспільства, економіки та культурного середовища. Трансформація класичної моделі університету у підприємницький формат зумовила необхідність пошуку нових підходів до взаємодії із зовнішніми та внутрішніми стейкхолдерами. В умовах, коли університет виступає не лише виробником знань, але й активним суб'єктом економічної діяльності, здатним створювати стартапи, впроваджувати інновації та формувати регіональні кластери, постає питання про його відповідальність перед суспільством, довіллям та майбутніми поколіннями. Корпоративна соціальна відповідальність у цьому контексті виступає не як додаткова опція чи благодійна активність, а як системна стратегія, що інтегрується у всі напрями діяльності підприємницького університету.

Застосування концепції соціальної відповідальності в університетському середовищі має подвійний вимір. З одного боку, воно означає формування внутрішньої політики, спрямованої на забезпечення чесності, прозорості та справедливості у відносинах між адміністрацією, викладачами, студентами та персоналом. З іншого боку, соціальна відповідальність передбачає відкритість університету до потреб суспільства, його активну участь у вирішенні соціальних, економічних та екологічних проблем, що виходять за межі суто академічних завдань. У підприємницькому університеті ці два виміри поєднуються, створюючи нову модель взаємодії, яка ґрунтується на партнерстві, інноваційності та орієнтації на довгостроковий ефект. Таким чином, корпоративна соціальна

відповідальність стає не лише етичним принципом, але й конкурентною перевагою, що зміцнює позиції університету на національному та міжнародному ринку освітніх послуг [1-3].

Важливим елементом соціальної відповідальності підприємницького університету є забезпечення доступності освіти, створення умов для рівних можливостей та інтеграції студентів з різних соціальних груп. Університет бере на себе місію зменшення соціальної нерівності, надаючи підтримку малозабезпеченим студентам, внутрішньо переміщеним особам, людям з інвалідністю, а також створюючи програми інклюзивної освіти. Це має не лише гуманістичний, а й економічний сенс, адже забезпечує ширший доступ до людського капіталу, сприяє розвитку інноваційної економіки та формує культуру соціальної справедливості. Розширення можливостей для студентів у навчанні та дослідженнях є одночасно інвестицією у майбутнє суспільства, адже саме випускники підприємницьких університетів стають носіями нових ідей, ініціаторами стартапів та драйверами економічного розвитку.

Соціальна відповідальність підприємницького університету проявляється і в сфері етичних стандартів наукової діяльності. Академічна доброчесність, відсутність плагіату, дотримання авторських прав, прозорість результатів досліджень і відкритість до критики стають важливими складовими корпоративної культури. Університет, який інтегрує соціальну відповідальність у свою наукову політику, формує атмосферу довіри, стимулює якісні дослідження та зміцнює репутацію у міжнародному середовищі. Це, у свою чергу, підвищує його інноваційний потенціал, залучає міжнародних партнерів та інвесторів, а також сприяє інтеграції у глобальну мережу знань.

Окремої уваги заслуговує екологічний вимір корпоративної соціальної відповідальності. Підприємницький університет є не лише навчальним і науковим центром, але й великим господарським комплексом, який споживає ресурси та впливає на довкілля. У цьому контексті соціальна відповідальність проявляється через впровадження екологічно сталих практик, зменшення вуглецевого сліду, розвиток «зелених кампусів», енергоефективність та популяризацію екологічної культури серед студентів і співробітників. Важливо, що екологічна

відповідальність не обмежується внутрішніми процесами, а поширюється на науково-дослідну діяльність і проекти, спрямовані на розробку інноваційних рішень для збереження довкілля. Таким чином, університет поєднує свою освітню та наукову функцію із соціальною місією, спрямованою на забезпечення сталого розвитку [2-4].

Корпоративна соціальна відповідальність у підприємницькому університеті також реалізується через розвиток партнерських відносин з бізнесом і громадськими організаціями. Університети створюють бізнес-інкубатори, технопарки, інноваційні хаби, де студенти та викладачі можуть спільно з підприємцями працювати над розробкою нових продуктів і послуг. У таких партнерствах соціальна відповідальність проявляється у створенні робочих місць, підтримці стартапів, інвестуванні у соціально значущі проекти та забезпеченні передачі технологій. Це дозволяє університетам стати активними учасниками соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, формуючи середовище довіри і взаємної вигоди між наукою, бізнесом і суспільством.

Важливо, що соціальна відповідальність університету має культурно-ціннісний аспект. Підприємницький університет не лише забезпечує економічний розвиток, але й бере участь у формуванні культурної ідентичності, підтримує мистецькі та освітні ініціативи, сприяє розвитку громадянського суспільства. Організація культурних заходів, волонтерських програм, громадських дискусій і соціальних проєктів формує середовище, де університет стає простором розвитку особистості, виховання відповідальних громадян та лідерів, готових працювати на благо суспільства. У цьому вимірі соціальна відповідальність означає вихід університету за межі економічних і наукових завдань та його інтеграцію в ширший суспільний контекст.

Сучасні виклики, зокрема війна, глобальні екологічні кризи, соціальна нерівність і технологічні трансформації, підсилюють значення соціальної відповідальності у діяльності підприємницьких університетів. Умови воєнних дій в Україні показали, що університети можуть і повинні виконувати функцію не лише освітніх і наукових інституцій, але й центрів соціальної підтримки, гуманітарної допомоги, інтеграції внутрішньо

переміщених осіб, а також осередків відновлення та стабілізації суспільства. Університети, що беруть на себе цю відповідальність, стають прикладами справжньої стійкості та соціальної активності, зміцнюючи довіру суспільства та міжнародної спільноти. Саме у цей період концепція корпоративної соціальної відповідальності з етичної площини переходить у стратегічну, визначаючи здатність університетів адаптуватися до кризових умов і відігравати роль агентів відновлення.

Узагальнюючи, слід зазначити, що корпоративна соціальна відповідальність у діяльності підприємницького університету є комплексною категорією, яка охоплює освітні, наукові, соціальні, екологічні та культурні аспекти. Вона визначає університет не лише як постачальника освітніх послуг чи генератора інновацій, а як соціально відповідальний інститут, здатний поєднувати академічну, економічну і суспільну місії. У сучасних умовах корпоративна соціальна відповідальність стає не факультативним елементом, а обов'язковою складовою стратегії розвитку підприємницького університету, яка забезпечує його конкурентоспроможність, стійкість та впливовість. Вона формує основу для довіри з боку студентів, викладачів, бізнесу, держави та міжнародної спільноти, створюючи умови для сталого розвитку і гармонійної інтеграції університетів у глобальний освітньо-науковий простір.

Список використаних джерел:

1. Зось-Кіор М. В., Брижань К. О. Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільності. *Міжнародний науковий журнал Інтернаука. Серія: Економічні науки.* 2017, № (6). С. 62-65.

2. Шимановська-Діаніч Л. М., Шкробот М. В., Бережна Ю. Г., Гнатенко І. А. Стратегічні орієнтири в плануванні діяльності інноваційно активного підприємства в умовах удосконалення податкової політики, інвестиційних ризиків та управління змінами в знаннєвій економіці. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2022, № 117.

3. Ходаківська О. В., Гнатенко І. А., Дяченко Т. О., Сабій І. М. Моделі підприємництва в умовах інноваційної

економіки та економіки знань: управління ресурсами та витратами. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021, № (15). С. 5-11.

4. Зось-Кіор М. В. Мотиваційні аспекти управління еколого-економічним потенціалом аграрних підприємств. *Науковий вісник ПУЕТ. Серія «Економічні науки»*. 2020, № 1(97). С. 26-31.

М. Земцов, аспірант,
*Державний науково-дослідний інститут
інформатизації та моделювання економіки,
м. Київ, Україна*

І. Гнатенко, д.е.н., професор,
*професор кафедри підприємництва та бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну,
м. Київ, Україна*

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У ТОРГІВЛІ: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Корпоративна соціальна відповідальність у торгівлі: практичні аспекти реалізації є важливою складовою сучасного бізнесу, оскільки торгівля безпосередньо впливає на суспільство, споживачів і стан довкілля. Саме підприємства торговельної сфери найбільше контактують із кінцевими споживачами, формують споживчі практики та культуру споживання, визначають рівень доступності продукції та послуг. У цьому контексті корпоративна соціальна відповідальність соціальної відповідальності виступає не лише як інструмент формування позитивної репутації підприємства, але і як практичний механізм забезпечення довгострокової конкурентоспроможності.

Практичні аспекти реалізації соціальної відповідальності у торгівлі проявляються насамперед у щоденних бізнес-процесах. Це вибір постачальників, формування асортиментної політики, розробка стандартів якості, управління відходами, використання енергоресурсів, організація праці персоналу. Торговельні підприємства мають можливість впливати як на економічну складову сталого розвитку, так і на соціальну та екологічну. Наприклад, відбір постачальників на основі принципів доброчесності та дотримання екологічних стандартів сприяє розвитку етичного виробництва та зменшенню негативного