

УДК 174:005.73]:334

DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.200.60-63>**Кравченко О.О.**

кандидат економічних наук

Черкаський національний університет імені Б. Хмельницького

**Kravchenko Olena**

PhD in Economic Sc.

Cherkasy National University named after B. Khmelnytskyi

<https://orcid.org/0000-0002-8776-4462>**Антоненко А.С.**

Черкаський національний університет імені Б. Хмельницького

**Antonenko Anna**

Cherkasy National University named after B. Khmelnytskyi

## КОРПОРАТИВНА ЕТИКА ЯК ОСНОВА СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

*У статті досліджується роль корпоративної етики як фундаменту соціально відповідального бізнесу. Проаналізовано ключові принципи етичного ведення бізнесу, їх вплив на стейкхолдерів та механізми інтеграції етичних норм у корпоративні стратегії. Особлива увага приділена взаємозв'язку між корпоративною етикою та соціальною відповідальністю бізнесу, а також їх впливу на довгострокову конкурентоспроможність компанії. Описано кращі світові практики впровадження етичних стандартів, їхній позитивний ефект на фінансові результати, репутацію та лояльність клієнтів. Визначено основні ризики, пов'язані з нехтуванням етичними нормами, зокрема репутаційні, фінансові та юридичні загрози. Запропоновано практичні рекомендації для підприємств щодо ефективного впровадження корпоративної етики як інструменту сталого розвитку та підвищення інвестиційної привабливості. Доведено, що компанії, які керуються етичними принципами та соціальною відповідальністю, не тільки формують позитивний імідж, а й забезпечують стабільність та ефективність своєї діяльності в умовах глобальних ринкових змін.*

**Ключові слова:** корпоративна етика, соціальна відповідальність, бізнес-етика, корпоративне управління, корпоративна культура, мотивація, конкурентоспроможність, етичне лідерство.

## CORPORATE ETHICS AS A BASIS FOR SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS

*The importance of corporate ethics as the foundation of socially responsible business is growing due to rising public expectations, regulatory pressure and the need for sustainable economic development. Ethical business practices help to build trust between stakeholders, ensure long-term stability and strengthen corporate reputation, as well as positively influence the corporate culture of the company itself.*

*This study aims to analyze the role of corporate ethics in shaping responsible business strategies and its impact on financial and non-financial performance of the company and society. The study uses analytical and comparative methods to examine ethical frameworks, corporate policies and best practices, and to identify key factors that drive ethical decision-making in business. The findings show that companies with strong ethical commitments demonstrate greater employee engagement, customer loyalty, and investor confidence, which leads to sustainable competitive advantages. In addition, adherence to corporate ethics reduces legal risks, increases transparency, and fosters positive relations with the public and regulators. Conversely, unethical behavior leads to reputational damage, financial losses, and reduced market confidence.*

*The practical significance of the study is to provide strategic recommendations for business on the effective integration of ethical principles into corporate governance and their impact on the corporate culture of the enterprise, as well as employee motivation.*

*The proposed approaches can help organizations improve risk management, strengthen brand positioning, and align their activities with social and environmental goals of sustainable development. By integrating corporate ethics into their core strategies, businesses can achieve long-term growth while fulfilling their social responsibilities. It has also been proven that companies that are guided by ethical principles and social responsibility not only build a positive image, but also ensure the stability and efficiency of their operations in the face of global market changes.*

**Keywords:** corporate ethics, social responsibility, business ethics, corporate governance, corporate culture, motivation, competitiveness, ethical leadership.

**JEL Classification:** M14, L21, K22, D63, Q56

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах глобалізації та посилення суспільного контролю над діяльністю компаній питання корпоративної етики стає одним із ключових чинників формування довгострокової конкурентоспроможності бізнесу. Актуальність теми зумовлена сучасними викликами, які постають перед підприємствами у глобалізованому світі. Зростаючий суспільний запит на прозорість, справедливість та відповідальність бізнесу вимагає від компаній дотримання високих етичних стандартів. Корпоративна етика відіграє ключову роль у формуванні довіри зі сторони споживачів, партнерів, інвесторів та суспільства загалом, що є критичним у сучасному конкурентному середовищі [1]. Окрім того, міжнародні стандарти корпоративного управління, посилення нормативно-правового регулювання та впровадження концепції сталого розвитку, змушують компанії впроваджувати соціально відповідальні практики. Недотримання етичних принципів може призвести до репутаційних втрат, фінансових санкцій та відтоку клієнтів, що в умовах високої конкуренції є серйозною загрозою для бізнесу. Водночас, впровадження корпоративної соціальної відповідальності на основі етичних принципів сприяє підвищенню продуктивності праці працівників, зниженню ризиків та покращенню фінансових показників компаній. Таким чином, корпоративна етика є не лише моральним зобов'язанням, а й стратегічним інструментом довгострокового успіху підприємств у сучасному світі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика корпоративної етики та соціально відповідального бізнесу є предметом активних досліджень у науковій літературі та міжнародній бізнес-практиці. Значний внесок у розвиток цієї теми зробив А. Керролл, який запропонував модель корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у вигляді піраміди, що включає економічну, юридичну, етичну та філантропічну відповідальність компаній [8]. Його роботи підкреслюють, що етична поведінка бізнесу є важливою складовою довгострокової стратегії компаній. Важливі положення також представлені в роботах таких українських та закордонних вчених, як Букресвої Д.С. [1], Пилипенка Н.М., Карпець О.В. [2], які, поряд з Огінок С.В. [3], вносять важливий досвід у питання корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку. Останні дослідження Світового економічного форуму (WEF) та Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) підтвердили, що компанії, які впроваджують принципи сталого розвитку та етичного управління, демонструють кращі фінансові показники та стійкість до кризових явищ.

Незважаючи на значну кількість досліджень, залишаються відкритими питання щодо конкретних механізмів інтеграції корпоративної етики у стратегії підприємств, методів оцінки її ефективності та довгострокових економічних переваг. Це обумовлює необхідність подальших наукових досліджень у цій сфері.

**Метою даного дослідження** є аналіз взаємозв'язку між корпоративною етикою та соціальною відповідальністю діяльності бізнесу, а також визначення її

впливу на ключові аспекти підприємств.

**Виклад основних результатів дослідження.** Корпоративна етика – це система моральних принципів і норм, які регулюють поведінку компаній у відносинах із працівниками, клієнтами, партнерами та суспільством [5]. Вона охоплює такі аспекти, як чесність, прозорість, відповідальність, справедливість та повагу до прав людини. Корпоративна етика є важливою складовою корпоративного управління, що сприяє формуванню довіри серед стейкхолдерів та зниженню ризиків, пов'язаних із неправомірними діями або корупцією.

До основних принципів корпоративної етики можемо віднести:

- чесність і прозорість – компанії повинні відкрито комунікувати зі своїми стейкхолдерами та слідкувати за чесністю у веденні бізнесу;
- відповідальність – підприємства повинні нести відповідальність за свої рішення та дії, враховуючи їх вплив на суспільство, економіку та довкілля;
- справедливість – усі стейкхолдери мають отримувати рівні можливості, а компанії повинні уникати дискримінації та неетичних бізнес-практик;
- повага до прав людини – бізнес має дотримуватися міжнародних стандартів у сфері прав людини, безпечних умов праці;
- етичне лідерство – керівництво компанії повинно бути взірцем етичної поведінки, створюючи культуру довіри та добросовісності [7]

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це концепція, згідно якої компанії добровільно інтегрують соціальні та екологічні аспекти у свою діяльність та взаємодію із зацікавленими сторонами. Основними складовими КСВ є:

1. *Економічна відповідальність* – ефективне ведення бізнесу, що сприяє створенню робочих місць, сплаті податків та економічному розвитку суспільства.
2. *Юридична відповідальність* – дотримання законодавчих та нормативних вимог у сфері праці, захисту прав споживачів і навколишнього середовища.
3. *Етична відповідальність* – ведення бізнесу відповідно до моральних та етичних стандартів.
4. *Філантропічна відповідальність* – підтримка соціальних ініціатив, благодійність, волонтерська діяльність компанії [6]

Корпоративна етика є фундаментом для реалізації принципів КСВ. Етична компанія підтримує високі стандарти у взаємодіях зі своїми партнерами та працівниками, що позитивно впливає на її репутацію, лояльність клієнтів і конкурентоспроможність. Дослідження свідчать, що компанії з розвиненою КСВ-стратегією мають кращі фінансові показники, цим самим вони знижують репутаційні ризики, залучають більше інвесторів і підвищують мотивацію працівників.

Для ефективного впровадження етичних принципів у бізнесі необхідно:

1. *Розробити кодекс корпоративної етики* – документ, що визначає основні цінності компанії та правила поведінки.
2. *Створити етичні комітети* – спеціальні

органи, які контролюють дотримання етичних стандартів і розглядають етичні дилеми.

3. *Забезпечити навчання персоналу* – регулярні тренінги та семінари з питань етики сприяють формуванню відповідної корпоративної культури.

4. *Впроваджувати механізми внутрішнього контролю* – системи анонімного повідомлення про порушення етичних норм та аудиту відповідності.

Варто зазначити, що багато провідних компаній успішно впроваджують етичні принципи у свою діяльність, використовуючи ефективні стратегії соціальної відповідальності. Розглянемо кілька прикладів:

❖ *Google* – компанія проводить політику «Do the Right Thing», що забезпечує прозорість, чесність та відповідне використання даних користувачів. Google також активно інвестує в екологічні ініціативи.

❖ *Microsoft* – підтримує принципи сталого розвитку, підтримує освітні проекти, активно розвиває інклюзивність та різноманітність серед працівників.

❖ *Patagonia* – один із лідерів екологічно відповідального бізнесу. Компанія використовує екологічно чисті матеріали, фінансує природоохоронні ініціативи та заохочує споживачів до свідомого споживання. Patagonia відкриває також свої деклараційні принципи та проводить політику прозорості у виробничих процесах.

❖ *IKEA* – використовує екологічно чисті матеріали, впроваджує енергоефективні технології та сприяє соціальним ініціативам, зокрема підтримуючи програми доступного житла.

Компанії, що впроваджують етичні стандарти, мають низку переваг, зокрема:

– зміцнення репутації – прозорість та соціальна відповідальність сприяють довірі з боку клієнтів, партнерів та інвесторів;

– лояльність споживачів – сучасні покупці дедалі частіше обирають продукцію компаній, які підтримують етичні стандарти та соціально відповідальний підхід;

– залучення та утримання талантів – працівники прагнуть працювати в компаніях, які пропонують етичне та комфортне робоче середовище;

– інвестиційна привабливість – соціально відповідальні компанії мають вищі шанси залучити інвесторів, після чого вони демонструють стабільний розвиток та управління ризиками;

Водночас, компанії, які ігнорують корпоративну етику, можуть зітхнути з такими проблемами як:

✓ репутаційні втрати – скандали, пов'язані з неетичною поведінкою, можуть серйозно підірвати довіру до бренду;

✓ юридичні наслідки – недотримання правових

та етичних норм може призвести до штрафів, судових позовів і регуляторних обмежень;

✓ втрата клієнтів та партнерів – споживачі та бізнес-партнери не вступають у співпрацю з компаніями, які не виправдовують їх моральних та соціальних очікувань [3]

Також варто додати, що коли компанія демонструє соціальну відповідальність, справедливе ставлення до працівників і прозорість у своїй діяльності, це стає частиною її корпоративної культури, що безпосередньо впливає і на мотивацію працівників, зокрема коли компанія діє етично та соціально відповідально, це підвищує лояльність і задоволення працівників. Працівники більше мотивовані працювати в організації, яка цінує моральні принципи та дбає про суспільство та довкілля. Відчуття справедливості та безпеки в етичному середовищі також покращує мотивацію та продуктивність.

**Висновки.** Корпоративна етика є невід'ємною складовою соціально відповідального бізнесу, його корпоративної культури та ключовим фактором сталого розвитку підприємств. Вона підтримує принципи взаємодії з працівниками, клієнтами, партнерами та суспільством загалом, формуючи довіру та підвищуючи конкурентоспроможність.

Для ефективного впровадження корпоративної етики компаніям варто:

1. Розробити та імплементувати кодекс корпоративної етики, що регламентує принципи діяльності компанії.

2. Проводити регулярне навчання персоналу з питань етичного ведення бізнесу, щоб сформувати відповідну корпоративну культуру.

3. Створити механізми контролю за дотриманням етичних норм, включаючи етичні комісії, гарячі лінії для повідомлень про порушення та внутрішні аудити.

4. Інтегрувати етичні принципи в бізнес-стратегію, включаючи принципи соціальної відповідальності, екологічної стійкості та доброчесного корпоративного управління.

5. Активно заявляти про свої етичні ініціативи, демонструючи прозорість діяльності та залучаючи стейкхолдерів до обговорення соціально відповідальних практик.

Таким чином, компанії, які підтримують високі етичні стандарти, не тільки зміцнюють свою репутацію, а й досягають стійкого економічного зростання, мотивації працівників та позитивного впливу на суспільство в цілому. Корпоративна етика є основою тривалого успіху бізнесу в умовах сучасного глобального ринку.

#### Список використаних джерел

1. Букреева Д.С., Денисенко К.В. (2022). Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. Економіка та суспільство, № 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52>.
2. Пилипенко Н.М., Карпець О.В. (2021). Теоретичні аспекти соціального підприємництва в сучасних умовах. Ефективна економіка, № 3. С. 11-18. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.3.87>.
3. Огінок С.В., Когут А. (2023). Вплив соціального менеджменту на міжнародний бізнес. Економіка та

суспільство, Вип. 55. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-18>.

4. Кусик Н.Л., Ковалевська А.В. (2013). Ефективність соціально відповідальної діяльності: взаємозв'язок з інвестиційним кліматом та привабливістю. Формування сучасних механізмів розвитку інноваційної сфери економіки, № 11. С. 280–300.

5. Кривоус В. (2016). Корпоративна соціальна відповідальність у контексті формування партнерських взаємовідносин між державою, бізнесом та суспільством. Журнал європейської економіки, Т. 15. № 2. С. 172–182. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/jee\\_2016\\_15\\_2\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/jee_2016_15_2_4).

6. Самойленко Л., Кравченко О., Кулибаба З. (2024). Місцеве самоврядування як каталізатор розвитку соціального підприємництва. Економічний простір, № 194. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.194.83-86>.

7. Супрун Н.А. (2013). Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку. Економічна практика, № 4. С. 61–74. URL: [https://eip.org.ua/docs/EP\\_09\\_3\\_61\\_uk.pdf](https://eip.org.ua/docs/EP_09_3_61_uk.pdf).

8. Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, Vol. 34(4). Pp. 39–48. URL: <https://ideas.repec.org/a/eee/bushor/v34y1991i4p39-48.html>.

### References:

1. Bukreeva D.S., & Denysenko K.V (2022). Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak osnova zabezpechennia dilovoi aktivnosti pidpriemstv: yevrointehratsiinyi aspekt [Social responsibility of business as the basis for ensuring the business activity of enterprises: European integration aspect]. *Economy and society*, No. 3. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52>. [in Ukrainian].

2. Pylypenko, N.M., & Karpets, O.V. (2021). Teoretychni aspekty sotsialnoho pidpriemnytstva v suchasnykh umovakh [Theoretical aspects of social entrepreneurship in modern conditions]. *Efficient economy*, No. 3. Pp. 11–18. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.3.87>. [in Ukrainian].

3. Ohinok, S.V., & Kohut, A. (2023). Vplyv sotsialnoho menedzhmentu na mizhnarodnyi biznes [Influence of social management on international business]. *Economy and society*, No. 55. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-18>. [in Ukrainian].

4. Kussyk N.L., & Kovalevska A.V. (2013). Efektyvnist sotsialnoi vidpovidalnoi diialnosti: vzaïmozv'язok z investytsiynym klimatom ta pryvablyvistiu [Efficiency of socially responsible activity: Relationship with investment climate and attractiveness]. *Formation of modern mechanisms for the development of the innovative sphere of the economy*, No. 11. Pp. 280–300. [in Ukrainian].

5. Kryvovus, V. (2016). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist u konteksti formuvannia partn erskykh vzaïmovïdnosyn mizh derzhavoiu, biznesom ta suspilstvom [Corporate social responsibility in the context of forming partnership relations between the state, business, and society]. *Journal of European Economics*, Vol. 15. No. 2. Pp. 172–182. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/jee\\_2016\\_15\\_2\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/jee_2016_15_2_4). [in Ukrainian].

6. Samoylenko, L., Kravchenko, O., & Kulybaba, Z. (2024). Local self-government as a catalyst for social entrepreneurship development [Local government as a catalyst for the development of social entrepreneurship]. *Economic space*, No. 194. Pp. 83–86. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.194.83-86>. [in Ukrainian].

7. Suprun, N.A. (2013). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak chynnyk staloho rozvytku [Corporate social responsibility as a factor of sustainable development]. *Economic practice*, No. 4. Pp. 61–74. Retrieved from: [https://eip.org.ua/docs/EP\\_09\\_3\\_61\\_uk.pdf](https://eip.org.ua/docs/EP_09_3_61_uk.pdf). [in Ukrainian].

8. Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, Vol. 34(4). Pp. 39–48. Retrieved from: <https://ideas.repec.org/a/eee/bushor/v34y1991i4p39-48.html>. [in English].