

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-84-84>

УДК 005.35:658

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДЕФІНІЦІЇ «СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ»

THEORETICAL APPROACHES TO THE DEFINITION OF «CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY»

Колодійчук Володимир Анатолійовичдоктор економічних наук, професор,
Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій
імені С. З. ГжицькогоORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2757-6299>**Куртяк Михайло Богданович**аспірант,
Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій
імені С. З. ГжицькогоORCID: <http://orcid.org/0009-0009-8913-1261>**Kolodiichuk Volodymyr, Kurtyak Mykhailo**Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary
Medicine and Biotechnologies Lviv

Стаття присвячена дослідженню теоретичних підходів до дефініції поняття «соціальна відповідальність бізнесу». Проаналізовано еволюцію концепції від доіндустріальних форм соціальної відповідальності до сучасних стандартів ESG¹. Здійснено семантичний аналіз термінів «корпоративна соціальна відповідальність» (CSR) і «соціальна відповідальність бізнесу». Систематизовано підходи провідних теоретиків і міжнародних організацій до трактування CSR. Запропоновано авторське визначення, що інтегрує традиційні складові концепції з поняттям резильєнтності. Виокремлено сім компонентів соціальної відповідальності бізнесу та обґрунтовано їх роль у формуванні резильєнтних систем корпоративного управління в умовах зовнішніх ризиків і кризових викликів.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу; корпоративна соціальна відповідальність; CSR; ESG; стейкхолдери; резильєнтність; сталий розвиток.

The article is dedicated to the study of theoretical approaches to defining the concept of corporate social responsibility (CSR). The relevance of the topic is determined by the increasing importance of sustainable development, the requirements of ESG standards, and the need for Ukrainian businesses to adapt to wartime and post-war recovery conditions. The purpose of the article is to analyze theoretical approaches to defining CSR, to trace the historical evolution of the concept across four stages – from pre-industrial forms of collective responsibility to the transformation into the ESG framework in the 21st century – and to substantiate an author's definition that incorporates resilience. Research methodology is based on a systematic approach using historical-genetic, comparative, and terminological analysis methods. The study confirms the synonymy of the terms "corporate social responsibility" and "social responsibility of business" in Ukrainian scientific discourse: both reflect the same conceptual approach to the role and obligations of enterprises in society. The approaches of leading theorists and international organizations to defining CSR have been systematized, ranging from H. Bowen's foundational moral obligation model to A. Carroll's four-level pyramid, from M. Friedman's shareholder primacy position to R. Freeman's stakeholder theory, and from early ethical frameworks to ISO 26000 standards. An author's definition of CSR has been proposed, according to which it constitutes a strategic management concept and a permanent norm of enterprise functioning that ensures the formation of resilient corporate governance systems and involves the realization of economic, social, environmental, and managerial obligations aimed at harmonizing the interests of business, society, the state and other stakeholders, as well as at achieving long-term sustainable development under conditions of external risks and crisis challenges. Seven components of CSR have been identified and their

¹ Абревіатура ESG походить від англійських слів *Environmental, Social, Governance* (Екологічні, соціальні та управлінські чинники), що відображають еволюцію підходів до корпоративної відповідальності, у межах яких оцінюється вплив компанії на довкілля, суспільство та якість її управлінських практик.



role in building resilient corporate governance substantiated. The practical value of the study lies in the applicability of the proposed definition and systematized components of CSR in developing social responsibility strategies for enterprises, particularly in Ukraine's agricultural sector.

Keywords: social responsibility of business; corporate social responsibility; CSR; ESG; stakeholders; resilience; sustainable development.

Постановка проблеми. Господарська діяльність підприємства зазвичай спрямована на отримання прибутку, який є необхідною умовою для розширеного відтворення виробництва та забезпечення його ефективного функціонування. Для досягнення цих результатів суб'єкт господарювання використовує обмежені ресурси – землю, капітал, працю та підприємницьку ініціативу, – тоді як потреби споживачів у ринкових умовах фактично не мають меж. Механістична модель, що бере початок у теорії наукового управління Ф. Тейлора [1] і ґрунтується на раціоналізації, контролі й стандартизації процесів, не надає належної уваги людському капіталу, його психології, мотивації та можливостям розвитку, що є критично важливими для реального функціонування сучасних підприємств.

Практика управління персоналом переконливо демонструє, що в організаціях, де працівників розглядають виключно як технічний елемент виробничого процесу, неминуче виникають суттєві проблеми: зниження якості виконання трудових завдань, погіршення внутрішніх комунікацій, зменшення рівня ініціативності та здатності генерувати інноваційні рішення [2]. Натомість орієнтація на потреби персоналу, забезпечення безпечних умов праці, підтримка професійного розвитку та формування довірливого соціального середовища підвищують продуктивність і адаптаційний потенціал організації [3; 4]. Саме людино-центрований підхід у сучасному менеджменті поступово переходить у площину ширшого поняття – соціальної відповідальності бізнесу (CSR), яка передбачає не лише реалізацію економічних цілей, а й урахування інтересів працівників, громади та суспільства загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема соціальної відповідальності бізнесу знаходиться у фокусі численних зарубіжних і вітчизняних досліджень. Визначальну роль у формуванні концепції відіграла праця Г. Р. Боуена "Social Responsibilities of the Businessman" (1953 р.) [5], де вперше системно обґрунтовано необхідність відповідальності бізнесу перед суспільством. У документах Єврокомісії – Green Paper on CSR (2001 р.) [6] та EU CSR Strategy 2011-2014 pp.

[7] – CSR трактується як відповідальність підприємств за наслідки діяльності для суспільства.

А. Керролл запропонував чотирирівневу модель CSR: економічні, правові, етичні та філантропічні обов'язки бізнесу [8]. М. Портер та М. Креймер [9] обстоюють зв'язок між конкурентною перевагою та корпоративною відповідальністю. М. Фрідман займає критичну позицію: єдина відповідальність бізнесу – збільшення прибутку [10]. Д. Дж. Вуд розглядає CSR як інтегративну систему з багаторівневими принципами та вимірюваними соціальними результатами [11]. Дж. Мун трактує CSR як динамічний інструмент реагування на соціальні та глобалізаційні чинники [12]. Д. Маттен та А. Крейн запропонували концепцію корпоративного громадянства, за якою компанії дедалі частіше виконують функції, що традиційно належали державі [13].

Серед вітчизняних науковців питанням CSR присвячені роботи Й. С. Ситника і Г. М. Юрченка [14], О. С. Білана [15], І. Кульчицького [16], М. С. Пушкаря [17] та ін. Аналіз цих праць засвідчує, що терміни "корпоративна соціальна відповідальність" і "соціальна відповідальність бізнесу" відображають однаковий зміст концепції. Водночас у науковій літературі бракує визначень CSR, які б ураховували специфіку умов воєнного та поствоєнного часу, актуальних для сучасної України.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість досліджень у сфері корпоративної соціальної відповідальності, у науковій літературі залишається низка невирішених питань. По-перше, більшість наявних дефініцій CSR сформульована в умовах відносної стабільності й не враховує специфіки функціонування підприємств у кризових умовах – зокрема, в умовах воєнного стану та поствоєнного відновлення, що особливо актуально для України. По-друге, попри численні спроби систематизації підходів до тлумачення CSR, відсутнє комплексне визначення, яке б поєднувало традиційні складові концепції з поняттям резильєнтності як стратегічної здатності підприємства адаптуватися та відновлюватися в умовах зовнішніх шоків. По-третє,

аналіз вітчизняних наукових праць [14-17] засвідчує, що термінологічна співвіднесеність між поняттями “корпоративна соціальна відповідальність” і “соціальна відповідальність бізнесу” досі не отримала вичерпного семантичного обґрунтування. Зазначені прогалини зумовлюють необхідність систематизованого дослідження теоретичних підходів до дефінування поняття та вироблення авторського визначення, яке відповідає сучасним науковим вимогам і практичним реаліям господарювання.

Формулювання цілей статті. Мета статті – систематизувати теоретичні підходи до дефініції поняття “соціальна відповідальність бізнесу”, простежити еволюцію концепції CSR та запропонувати авторське визначення, що інтегрує традиційні складові з поняттям резильєнтності, відображаючи сучасні умови господарювання в Україні. Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання: здійснити семантичний аналіз термінів “корпоративна соціальна відповідальність” і “соціальна відповідальність бізнесу”; систематизувати ключові підходи вітчизняних і зарубіжних учених та міжнародних організацій до трактування CSR; простежити еволюцію концепції на чотирьох етапах її розвитку – від доіндустріальних форм до сучасних стандартів ESG; обґрунтувати авторське визначення CSR з урахуванням концепції резильєнтності; виокремити та охарактеризувати компоненти соціальної відповідальності бізнесу. Об’єктом дослідження є концепція соціальної відповідальності бізнесу як інституційний та управлінський феномен. Предметом – теоретичні підходи та дефініції у науковому дискурсі. Методологічну основу становлять: системний підхід, історико-генетичний метод – для дослідження еволюції концепції CSR, порівняльний аналіз – для зіставлення різних підходів до тлумачення поняття, а також термінологічний аналіз – для уточнення змістового наповнення дефініцій.

Виклад основного матеріалу дослідження. На основі аналізу наведених підходів соціальна відповідальність бізнесу (CSR – Corporate Social Responsibility) є еволюційно сформованим симбіозом економіки, філософії, психології, етики, демократичних інститутів та громадянського суспільства. Термін “соціальна відповідальність бізнесу” є синонімічним до “корпоративної соціальної відповідальності”: перший варіант підкреслює суб’єкта відповідальності, тоді як другий є перекладом англійського CSR. Обидва позначають

однаковий змістовий підхід до ролі та відповідальності підприємства в суспільстві, виходячи за межі суто економічних і правових функцій та включаючи етичні, соціальні й екологічні аспекти діяльності [14-17].

Етимологічно термін походить від англійського Corporate Social Responsibility, де corporate означає «корпоративний» (такий, що стосується підприємства), social (від лат. Socialis – “суспільний”, “товариський”) – “соціальний”, responsibility – “відповідальність”. У науковий обіг термін увійшов у 1950-х роках, а Г. Боуен у 1953 р. подав першу системну дефініцію: “обов’язок бізнесу діяти відповідно до очікувань та потреб суспільства” [5].

Для глибшого розуміння сучасних підходів до CSR розглянемо ключові етапи трансформації концепції від ранніх форм господарської етики до сучасних домінуючих моделей у корпоративному секторі.

Етап 1. Формування соціальної відповідальності в доіндустріальному суспільстві. Відповідальність осіб, які мали економічні ресурси, розумілася передусім як обов’язок перед громадою [18]. В Античній Греції та Римі [19] заможні громадяни фінансували суспільно важливі проєкти – від утримання театрів до будівництва акведуків – не як добровільну благодійність, а як обов’язок перед співвітчизниками. У середньовічній Європі торгові гільдії й купецькі братства підтримували бідних і виконували функції взаємодопомоги. У країнах ісламської цивілізації провідними інструментами соціальної підтримки були закят та вакифи [20], що поєднували економічну діяльність із моральною відповідальністю. Благодійна діяльність купецьких домів раннього Нового часу поступово ставала продуманою стратегією зміцнення ділової репутації.

Етап 2. Становлення CSR у період індустріальної революції (XVIII-XIX ст.). Стрімкий розвиток фабричного виробництва породив гострі соціальні проблеми та зумовив появу перших механізмів відповідальності підприємців. Р. Оуен, заснувавши “Новий Ланарк” у Шотландії, забезпечив робітників якісним житлом, доступом до освіти та медицини, скоротив робочий день [21]. Т. Сольт збудував зразкове промислове селище Солтейр (нині об’єкт Світової спадщини ЮНЕСКО) [22]. Д. Кедбері заснував Борнвіль для робітників шоколадної компанії Cadbury, де вони отримували доступ до зелених зон і освітніх закладів [23]. Дж. Рокфеллер активно розвивав філантропічні ініціативи, фінансуючи освітні та медичні

програми [24]. Такі практики стали першими системними спробами поєднати економічний розвиток із соціальними функціями бізнесу.

Етап 3. Становлення сучасної концепції CSR (XX ст.). У 1950-1960-х роках Г. Боуен [8] вперше системно обґрунтував необхідність відповідальності бізнесу перед суспільством. А. Керролл запропонував багаторівневу структуру: економічні, правові, етичні та філантропічні обов'язки [8]. Ідея сталого розвитку набула офіційного статусу в доповіді Брундтландської комісії "Our Common Future" [25]. Наприкінці XX ст. з'являються стандарти ISO 14001 та SA8000, що закріпили CSR як норму корпоративного управління. Д. Айхар показав, що наприкінці XX ст. зменшення регуляторного тиску призвело до відмови багатьох компаній від соціальних зобов'язань, що продемонструвало вразливість моделі добровільної CSR [26].

Етап 4. Трансформація CSR у концепцію ESG (XXI ст.). Фінансові ринки починають оцінювати компанії не лише за економічними результатами, а й за екологічними, соціальними та управлінськими аспектами. Формується концепція ESG (Environmental, Social, and Governance), що перетворює соціальну відповідальність на інструмент управління ризиками, підкріплений Паризькою угодою 2015 року [27] та Цілями сталого розвитку ООН [28]. ЄС запровадив Директиву NFRD [29], яку у 2023 р. замінила Директива CSRD, що зобов'язала компанії застосовувати стандарти ESRS і проводити аудит нефінансових звітів. Соціальна відповідальність бізнесу остаточно переходить від добровільних практик до нормативно визначених стандартів стратегічного управління.

Здійснений розгляд різноманітних підходів, систематизованих у таблиці 1, дозволяє простежити еволюцію поняття CSR – від ранніх наукових розробок, де вона поставала як морально-етичне зобов'язання підприємця, до сучасної багатовимірної моделі, що стала невіддільною частиною механізмів корпоративного управління.

Незважаючи на відмінні акценти у трактуваннях – фокусування на моральних засадах, стейкхолдерах, добровільності чи зв'язку зі сталим розвитком – спільним для всіх концепцій є усвідомлення того, що CSR є невід'ємним складником функціонування підприємства. Це охоплює свідоме врахування наслідків діяльності для соціуму, екологічної сфери та економічної системи загалом. Варіативність визначень демонструє як еволю-

цію самої ідеї CSR, так і динаміку суспільних вимог до бізнесу.

Зведена таблиця 1 свідчить, що актуальні погляди на CSR набувають дедалі більшої системності, охоплюючи все більше аспектів функціонування підприємства та орієнтуючись на довгострокові наслідки. З огляду на зростання нестабільності зовнішнього середовища – економічної, інституційної, екологічної, а для України ще й військової – необхідно доповнити зміст CSR поняттям резильєнтності (від лат. *resiliō* – "відскакувати, пружинити"; здатність системи адаптуватися, відновлювати функціональність і зберігати ефективність в умовах нестабільності). Враховуючи наведене, пропонується таке авторське визначення:

Корпоративна соціальна відповідальність – це стратегічна концепція управління та перманентна норма функціонування підприємства, що забезпечує формування резильєнтних систем корпоративного управління і передбачає реалізацію економічних, соціальних, екологічних та управлінських зобов'язань, спрямованих на гармонізацію інтересів бізнесу, суспільства, держави та інших зацікавлених сторін, а також на досягнення довгострокового сталого розвитку в умовах зовнішніх ризиків і кризових викликів.

Формулювання "стратегічна концепція управління" зумовлене тим, що CSR у сучасних умовах інтегрується у систему стратегічного менеджменту та впливає на довгострокові управлінські рішення, а не обмежується окремими соціальними ініціативами. "Перманентна норма функціонування підприємства" підкреслює безперервний і системний характер CSR, що узгоджується з вимогами ISO 26000:2010 [31]. Включення резильєнтності є науковою новизною дослідження: на відміну від стійкості (збереження рівноваги), резильєнтність характеризує здатність системи адаптуватися та відновлюватися після кризових потрясінь, що особливо актуально в умовах воєнного стану та економічної турбулентності. "Гармонізація інтересів бізнесу, суспільства, держави та інших зацікавлених сторін" відображає стейкхолдерський підхід Р. Фрімена [30], що вважається базою сучасного корпоративного управління.

У літературних джерелах [8; 30] виділяють такі компоненти CSR: економічна, правова, етична, соціальна, екологічна, управлінська і філантропічна відповідальність. Усі вони утворюють цілісну систему, інтегровану в корпоративне управління.

Таблиця 1

Тлумачення поняття «орпоративна соціальна відповідальність»

№	Автор / Організація	Визначення	Ключовий акцент	Джерело
1	Міжнародна організація стандартів	Відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство й довкілля через прозору та етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, враховує очікування зацікавлених сторін, відповідає законодавству та є інтегрованою у всю діяльність організації	Етичність, прозорість, сталий розвиток, стейкхолдери	ISO 26000:2010 [31]
2	Єврокомісія	CSR – це відповідальність компаній за їхній вплив на суспільство. Підприємства повинні інтегрувати соціальні, екологічні, етичні та правові аспекти у свою діяльність і у взаємодію із зацікавленими сторонами	Інтеграція соціальних та екологічних аспектів у бізнес-процеси	EU CSR Strategy 2011-14 [7]
3	Світовий банк	CSR – це зобов'язання бізнесу діяти етично та робити внесок в економічний розвиток, водночас поліпшуючи якість життя працівників, їхніх сімей, місцевих спільнот і суспільства загалом	Економічний розвиток + якість життя	World Bank, 2004
4	Business for Social Responsibility (BSR)	CSR – це досягнення комерційного успіху способами, що поважають етичні цінності та людей, громади й довкілля	Поєднання прибутку та етичних принципів	BSR, 2003
5	Г. Боуен (H. Bowen)	Соціальна відповідальність підприємця полягає в тому, щоб приймати рішення та здійснювати дії, які є бажаними з погляду цілей і цінностей суспільства	Моральна відповідальність підприємця	Bowen H. R. Social Responsibilities of the Businessman, 1953 [5]
6	М. Фрідман (M. Friedman)	Єдина соціальна відповідальність бізнесу – збільшувати прибуток, діючи в межах правил гри, тобто чесної конкуренції й без обману або шахрайства	CSR зводиться до прибутку та дотримання правил (економічно-ліберальний підхід)	Friedman M. The New York Times Magazine, 1970 [10]
7	Р. Фрімен (R. Freeman)	Соціальна відповідальність полягає у здатності компанії задовольняти потреби всіх груп зацікавлених сторін – працівників, клієнтів, інвесторів, громади, держави, а не лише акціонерів	Орієнтація не лише на акціонерів, а на всю систему стейкхолдерів	Freeman R. E. Strategic Management: A Stakeholder Approach, 1984 [30]
8	Українські науковці (узагальнене визначення)	Добровільна діяльність суб'єктів господарювання, спрямована на гармонізацію економічних, соціальних і екологічних інтересів суспільства, держави та бізнесу в контексті сталого розвитку	Добровільність і триєдність інтересів суспільства, бізнесу і держави	Складено за працями [14-17]

Джерело: сформовано автором на основі [5; 7; 10; 30]

Економічна компонента становить базовий рівень CSR. Йдеться не лише про отримання прибутку, а про його досягнення етичними методами в умовах здорової конкуренції та довгострокових перспектив. З позицій резильєнтності економічна відповідальність забезпечує фінансову стійкість підприємства, здатність акумулювати ресурси для реагування на кризові явища та диверсифікувати діяльність.

Правова відповідальність передбачає чітке дотримання чинного законодавства у сферах трудових відносин, оподаткування, охорони довкілля, корпоративного управління та захисту прав споживачів. Вона знижує регуляторні ризики, забезпечує прогнозованість функціонування бізнесу та підвищує рівень довіри з боку інвесторів і держави.

Етична відповідальність виходить за межі правових вимог і ґрунтується на принципах чесності, прозорості, справедливості та доброчесності. Компанії з високими етичними стандартами швидше відновлюють репутацію після криз і мають стійкіші відносини зі стейкхолдерами.

Соціальна відповідальність охоплює відносини бізнесу з працівниками, місцевими громадами та суспільством загалом: забезпечення гідних умов праці, справедливої оплати, розвитку людського капіталу, соціальної інклюзії й підтримки громад. Соціально відповідальний бізнес має сильніші неформальні зв'язки з громадою, що забезпечує додаткові ресурси підтримки у кризових ситуаціях.

Екологічна відповідальність полягає у свідомому управлінні впливом господарської діяльності на навколишнє середовище: скороченні викидів, раціональному використанні ресурсів, впровадженні енергоефективних технологій та принципів циркулярної економіки. Підприємства, що інтегрують екологічні критерії в управлінські рішення, краще підготовлені до змін регуляторної політики та наслідків кліматичних криз.

Управлінська відповідальність охоплює систему корпоративного управління: якість і прозорість прийняття рішень, ефективність внутрішнього контролю, управління ризиками та підзвітність керівних органів. Саме ця компонента безпосередньо формує резильєнтні системи корпоративного управління, оскільки забезпечує здатність підприємства своєчасно ідентифікувати загрози та координувати дії в умовах криз.

Філантропічна відповідальність відображає добровільну участь бізнесу у благодійних, освітніх, культурних та соціальних ініціативах. Хоча вона не є обов'язковою з точки зору регуляторних вимог, у системному поєднанні з іншими складовими CSR – зміцнює репутацію, посилює соціальний капітал підприємства та підвищує рівень суспільної підтримки у кризових умовах.

Таким чином, компоненти CSR формують не окремі напрями діяльності, а цілісну систему, інтегровану в корпоративне управління. Саме така системність дозволяє розглядати CSR як необхідну умову формування резильєнтності – здатності підприємства не лише витримувати зовнішні шоки, а й адаптуватися до них, зберігаючи стратегічну цілісність і довгострокову орієнтацію розвитку.

Висновки. За результатами дослідження встановлено, що соціальна відповідальність бізнесу пройшла тривалий еволюційний шлях – від доіндустріальних форм колективної відповідальності через етап становлення під час індустріальної революції та інституціоналізації в XX ст. до трансформації в концепцію ESG у XXI ст. Семантичний аналіз підтвердив синонімічність термінів “корпоративна соціальна відповідальність” і “соціальна відповідальність бізнесу” у вітчизняному науковому дискурсі.

Систематизація підходів провідних теоретиків і міжнародних організацій дозволила виявити еволюцію розуміння CSR: від морально-етичного зобов'язання (Г. Боуен) через багаторівневу структуру відповідальності (А. Керролл) і стейкхолдерський підхід (Р. Фрімен) до стратегічного інструменту управління ризиками в межах ESG. Запропоноване авторське визначення поєднує традиційні складові CSR із характеристиками резильєнтності, що відображає сучасні умови економічної та геополітичної нестабільності і відповідає новітнім тенденціям регуляторного середовища (CSRD, ESRS). Виокремлено сім взаємопов'язаних компонентів CSR та обґрунтовано їх роль у формуванні резильєнтних систем корпоративного управління.

Перспективами подальших досліджень є вивчення механізмів практичного впровадження CSR на підприємствах АПК України з урахуванням умов воєнного та поствоєнного відновлення, а також розроблення інструментарію оцінювання ефективності реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Wrege C.D., Greenwood R.G. Frederick W. Taylor, the Father of Scientific Management: Myth and Reality. Homewood : Business One Irwin, 1991. 320 p.
2. Заславський С.Є. Підходи до управління людськими ресурсами: еволюція, етапи розвитку, концепції. *Актуальні проблеми економіки*. 2024. № 11 (281). С. 159-168. DOI: 10.32752/1993-6788-2024-1-281-159-168
3. Завгородній А. Сутність та еволюція управління людським капіталом в умовах цифрової трансформації. *Економіка та суспільство*. 2025. № 74. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-23> (дата звернення: 10.03.2026).
4. Копач Т.М. Формування критеріїв розвитку інструментів управління людським капіталом. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2024. № 2 (28). С. 83-90. <https://doi.org/10.15276/EJ.02.2024.9> (дата звернення: 12.03.2026).
5. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman. New York : Harper & Row, 1953. 276 p. URL: <https://archive.org/details/socialresponsibi0000bowe> (accessed March 5, 2026).
6. European Commission. Green Paper -- Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility. COM(2001) 366 final. Brussels : European Commission, 2001. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_01_1029 (accessed March 11, 2026).
7. European Commission. A Renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility. COM(2011) 681 final. Brussels : European Commission, 2011. URL: <https://surl.li/hgkljf> (accessed March 14, 2026).
8. Carroll A.B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*. 1991. Vol. 34, no. 4. P. 39-48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G) (accessed March 8, 2026).
9. Porter M.E., Kramer M.R. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*. 2006. Vol. 84, no. 12. P. 78-92.
10. Friedman M. The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. *The New York Times Magazine*. 1970. 13 вересня. URL: <https://surl.li/xpofgl> (accessed March 3, 2026).
11. Wood D.J. Corporate Social Performance Revisited. *Academy of Management Review*. 1991. Vol. 16, no. 4. P. 691-718. <https://doi.org/10.5465/amr.1991.4279616> (accessed March 9, 2026).
12. Moon J. The Contribution of Corporate Social Responsibility to Sustainable Development. *Sustainable Development*. 2007. Vol. 15, no. 5. P. 296-306. <https://doi.org/10.1002/sd.346> (accessed March 7, 2026).
13. Matten D., Crane A. Corporate citizenship: Toward an extended theoretical conceptualization. *Academy of Management Review*. 2005. Vol. 30(1). P. 166-179. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1676834 (accessed March 13, 2026).
14. Ситник Й.С., Юрченко Г.М. Актуалізація концепції корпоративної соціальної відповідальності в моделі економічного розвитку України. *Економіка та суспільство*. 2021. № 24. DOI: 10.32782/2524-0072/2021-24-21.
15. Білан О.С. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку підприємств регіону. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. Тернопіль : Економічна думка, 2016. № 21. С. 40-46.
16. Кульчицький І. Соціальна відповідальність бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2024. № 69. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-69-8.
17. Пушкар М.С., Голянич Л.І. Соціальна відповідальність бізнесу: теорія і практика : монографія. Тернопіль : Карт-бланш, 2018. 245 с.
18. Pettigrew W.A., Smith D.C. (eds.). A History of Socially Responsible Business, c. 1600-1950. New York : Palgrave Macmillan, 2017. 313 p. <https://doi.org/10.1017/S000768051800082X> (accessed March 6, 2026).
19. Grant M. History of Rome. New York : Charles Scribner's Sons, 1978. 424 p.
20. Wijayanti D., Widiastuti T. Zakat and Waqf As an Economic Development. *AFEFI Islamic Finance and Economic Review*. 2020. Vol. 5, no. 2. P. 106-115. DOI: <https://doi.org/10.47312/aifer.v5i02.375>
21. Harrison J.F.C. Robert Owen and the Owenites in Britain and America: The Quest for the New Moral World. London : Routledge, 1969. 312 p.
22. Fraser W.H. Titus Salt and Saltaire: Industry, Utopia and Society in the nineteenth century. London : Routledge, 2015. 234 p.
23. Roberts J. The Story of Bournville: Cadbury's Model Village. London : Cadbury Bros., 1923. 180 p.
24. Fosdick R. The Story of the Rockefeller Foundation. New Brunswick : Transaction Publishers, 1989. 336 p.
25. World Commission on Environment and Development. Our Common Future. Oxford : Oxford University Press, 1987. 400 p. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> (accessed March 4, 2026).
26. Eichar D.M. The Rise and Fall of Corporate Social Responsibility. New York : Routledge, 2017. 394 p. URL: <https://surl.li/nnxygk> (accessed March 2, 2026).

27. United Nations. Paris Agreement. 2015. URL: <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement> (accessed March 18, 2026).
28. United Nations. Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. New York : UN, 2015. URL: <https://sdgs.un.org/2030agenda> (accessed March 17, 2026).
29. European Commission. Non-Financial Reporting Directive (NFRD). URL: <https://surl.li/ykscmr> (accessed March 16, 2026).
30. Freeman R.E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston : Pitman, 1984. 276 p. URL: <https://surl.li/wtvsfp> (accessed March 1, 2026).
31. ISO 26000:2010. Guidance on social responsibility. Geneva: International Organization for Standardization, 2010. URL: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html> (accessed March 15, 2026).

REFERENCES:

1. Wrege C.D., Greenwood R.G. (1991) Frederick W. Taylor, the Father of Scientific Management: Myth and Reality. Homewood: Business One Irwin, 320 p.
2. Zaslavskiy S.Ye. (2024) Pidkhody do upravlinnia liudskymy resursamy: evoliutsiia, etapy rozvytku, kontseptsii [Approaches to human resource management: evolution, development stages, concepts]. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 11(281), pp. 159-168. DOI: 10.32752/1993-6788-2024-1-281-159-168 (in Ukrainian)
3. Zavorodnii A. (2025) Sutnist ta evoliutsiia upravlinnia liudskym kapitalom v umovakh tsyfrovoy transformatsii [Essence and evolution of human capital management in digital transformation]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 74. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-23> (accessed March 10, 2026) (in Ukrainian)
4. Kopach T.M. (2024) Formuvannya kryteriiv rozvytku instrumentiv upravlinnia liudskym kapitalom [Formation of criteria for the development of human capital management tools]. *Ekonomichnyi zhurnal Odeskoho politekhnichnoho universytetu*, no. 2(28), pp. 83-90. Available at: <https://doi.org/10.15276/EJ.02.2024.9> (accessed March 12, 2026) (in Ukrainian)
5. Bowen H.R. (1953) Social Responsibilities of the Businessman. New York: Harper & Row, 276 p. Available at: <https://archive.org/details/socialresponsibi0000bowe> (accessed March 5, 2026)
6. European Commission (2001) Green Paper -- Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility. COM(2001) 366 final. Brussels: European Commission. Available at: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_01_1029 (accessed March 11, 2026)
7. European Commission (2011) A Renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility. COM(2011) 681 final. Brussels: European Commission. Available at: <https://surl.li/hgkljf> (accessed March 14, 2026)
8. Carroll A.B. (1991) The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, vol. 34, no. 4, pp. 39-48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G) (accessed March 8, 2026)
9. Porter M.E., Kramer M.R. (2006) Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, vol. 84, no. 12, pp. 78-92.
10. Friedman M. (1970) The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. *The New York Times Magazine*, September 13. Available at: <https://surl.li/xpofgl> (accessed March 3, 2026)
11. Wood D.J. (1991) Corporate Social Performance Revisited. *Academy of Management Review*, vol. 16, no. 4, pp. 691-718. <https://doi.org/10.5465/amr.1991.4279616> (accessed March 9, 2026)
12. Moon J. (2007) The Contribution of Corporate Social Responsibility to Sustainable Development. *Sustainable Development*, vol. 15, no. 5, pp. 296-306. <https://doi.org/10.1002/sd.346> (accessed March 7, 2026)
13. Matten D., Crane A. (2005) Corporate citizenship: Toward an extended theoretical conceptualization. *Academy of Management Review*, vol. 30, no. 1, pp. 166-179. Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1676834 (accessed March 13, 2026)
14. Sytnyk Y.S., Yurchenko H.M. (2021) Aktualizatsiia kontseptsii korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti v modeli ekonomichnoho rozvytku Ukrainy [Updating the CSR concept in Ukraine's economic development model]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 24. DOI: 10.32782/2524-0072/2021-24-21 (in Ukrainian)
15. Bilan O.S. (2016) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak chynnyk staloho rozvytku pidpriemstv rehionu [CSR as a factor of sustainable development of regional enterprises]. *Rehionalni aspekty rozvytku produktyvnykh syl Ukrainy*, no. 21, pp. 40-46. (in Ukrainian)
16. Kulchytskyi I. (2024) Sotsialna vidpovidalnist biznesu [Social responsibility of business]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 69. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-69-8 (in Ukrainian)
17. Pushkar M.S., Holinach L.I. (2018) Sotsialna vidpovidalnist biznesu: teoriia i praktyka: monohrafiia [Social responsibility of business: theory and practice: monograph]. Ternopil: Kart-blansh, 245 p. (in Ukrainian)

18. Pettigrew W.A., Smith D.C. (eds.) (2017) *A History of Socially Responsible Business, c. 1600-1950*. New York: Palgrave Macmillan, 313 p. <https://doi.org/10.1017/S000768051800082X> (accessed March 6, 2026)
19. Grant M. (1978) *History of Rome*. New York: Charles Scribner's Sons, 424 p.
20. Wijayanti D., Widiastuti T. (2020) Zakat and Waqf As an Economic Development. *AFEBI Islamic Finance and Economic Review*, vol. 5, no. 2, pp. 106-115. <https://doi.org/10.47312/aifer.v5i02.375> (accessed March 8, 2026)
21. Harrison J.F.C. (1969) *Robert Owen and the Owenites in Britain and America: The Quest for the New Moral World*. London: Routledge, 312 p.
22. Fraser W.H. (2015) *Titus Salt and Saltaire: Industry, Utopia and Society in the Nineteenth Century*. London: Routledge, 234 p.
23. Roberts J. (1923) *The Story of Bournville: Cadbury's Model Village*. London: Cadbury Bros., 180 p.
24. Fosdick R. (1989) *The Story of the Rockefeller Foundation*. New Brunswick: Transaction Publishers, 336 p.
25. World Commission on Environment and Development (1987) *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press, 400 p. Available at: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> (accessed March 4, 2026)
26. Eichar D.M. (2017) *The Rise and Fall of Corporate Social Responsibility*. New York: Routledge, 394 p. Available at: <https://surl.li/nnxygk> (accessed March 2, 2026)
27. United Nations (2015) *Paris Agreement*. Available at: <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement> (accessed March 18, 2026)
28. United Nations (2015) *Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. New York: United Nations. Available at: <https://sdgs.un.org/2030agenda> (accessed March 17, 2026)
29. European Commission (n.d.) *Non-Financial Reporting Directive (NFRD)*. Available at: <https://surl.li/ykscmr> (accessed March 16, 2026)
30. Freeman R.E. (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman, 276 p. Available at: <https://surl.li/wtvsfp> (accessed March 1, 2026)
31. ISO 26000:2010 (2010) *Guidance on Social Responsibility*. Geneva: International Organization for Standardization. Available at: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html> (accessed March 15, 2026)

Дата надходження статті: 18.03.2026

Дата прийняття статті: 06.04.2026

Дата публікації статті: 09.04.2026