

# ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

## HISTORICAL ASPECTS OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN UKRAINE AND THE WORLD

УДК 338.486.2:005.25(477)

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastuct56-15>**Холявка В.З.**

к.е.н., доцент,  
декан факультету туризму  
Львівський державний університет  
фізичної культури імені Івана Боберського  
**Гузар У.Є.**

к.е.н., доцент, доцент кафедри  
готельно-ресторанного бізнесу  
Львівський державний університет  
фізичної культури імені Івана Боберського  
**Лешко Х.С.**

аспірант  
Львівський державний університет  
фізичної культури імені Івана Боберського

**Kholiyavka Volodymyr**

Lviv State University of Physical Culture  
named after Ivan Boberskyj

**Huzar Uliana**

Lviv State University of Physical Culture  
named after Ivan Boberskyj

**Leshko Khrystyna**

Lviv State University of Physical Culture  
named after Ivan Boberskyj

У статті проаналізовано розвиток концепції корпоративної соціальної відповідальності в історичному аспекті. Досліджено сутність поняття «корпоративна соціальна відповідальність» у різних площинах. Проаналізовано підходи вчених США та Європи до визначення змісту поняття соціальної відповідальності у бізнесі в різні періоди часу. Розглянуто сучасні підходи до трактування поняття «корпоративна соціальна відповідальність» вітчизняними науковцями та фахівцями бізнес-середовища. Сформовано історичний розвиток становлення соціальної відповідальності в Україні з часів Київської Русі дотепер. Визначено основні напрями соціальної відповідальності. Запропоновано власне визначення поняття «корпоративна соціальна відповідальність», яке уточнює мету та очікуваний результат. Виявлено, що сьогодні українські компанії не обмежуються лише економічними показниками, а й дбають про розвиток соціальної відповідальності. З огляду на те, що раніше силу корпоративної соціальної відповідальності розглядали в теорії, а її ефективність оцінювали у перспективі, то сьогодні на практиці компанії показує її значимість.

**Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, історичні аспекти, бізнес-середовище, стратегія компанії, сталий розвиток бізнесу.

В статье проанализировано развитие концепции корпоративной социальной

ответственности в историческом аспекте. Исследована сущность понятия «корпоративная социальная ответственность» в различных плоскостях. Проанализированы подходы ученых США и Европы к определению содержания понятия социальной ответственности в бизнесе в разные периоды времени. Рассмотрены современные подходы к трактовке понятия «корпоративная социальная ответственность» отечественными учеными и специалистами бизнес-среды. Сформировано историческое развитие становления социальной ответственности в Украине со времен Киевской Руси до нынешних дней. Определены основные направления социальной ответственности. Предложено собственное определение понятия «корпоративная социальная ответственность», которое уточняет цели и ожидаемый результат. Выведено, что сегодня украинские компании не ограничиваются только экономическими показателями, но и заботятся о развитии социальной ответственности. Учитывая то, что ранее силу корпоративной социальной ответственности рассматривали в теории, а ее эффективность оценивали в перспективе, то настоящее показывает ее значимость.

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, исторические аспекты, бизнес-среда, стратегия компании, устойчивое развитие бизнеса.

*The article analyzes the main stages of development of corporate social responsibility in the world. Stages of formation of social responsibility in Ukraine from Kievan Rus are highlighted, where social responsibility was manifested as patronage and charity, which in our opinion is a manifestation of the national mentality of the population before the establishment of the Center for Corporate Social Responsibility, as well as to properly compile non-financial reports which contain information about social and environmental programs of companies. The relevance of the chosen topic is justified by the fact that today corporate social responsibility is considered not only from a theoretical perspective but also from a clear effective practical. The introduction of corporate social responsibility in enterprises is the basis for effective business development. In order to meet the high demands of society, the company must address important social issues in the long run with clearly defined goals, objectives and results to be achieved. The most important competitive advantage of enterprises is CSR, which will improve the reputation of enterprises, which will lead to increased financial performance. The article proposes to consider corporate social responsibility as a three – dimensional interaction of business – state – society. However, it is business that must assume the role of a leading link in the mechanism of coordination in the economy and society of individual and group interests. Every corporation must be responsible for the results of its activities, to employees, partners, shareholders, stakeholders and society as a whole. Examining the history of corporate social responsibility, we can conclude that it has slowly evolved over time and has become part of the daily vocabulary only in the last decade. Today, much attention is paid worldwide to the development of corporate social responsibility, because it is not only economic prosperity but also preparedness for crises that occur around the world. Ukrainian business is ready to implement the concepts of corporate social responsibility, which should be regulated by state legislation.*

**Key words:** corporate social responsibility, historical aspects, business environment, company strategy, sustainable business development.

**Постановка проблеми.** Сьогодні, коли вся світова спільнота перебуває на етапі економічної нестабільності та кризи через вплив пандемії, особливо гостро стоїть питання пошуку способів оптимізації внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Саме тому процес упровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності повинен займати основне місце на шляху виходу з кризи. Передумовами запровадження таких принципів є ретроспективний аналіз становлення корпоративної соціальної відповідальності, який допоможе здійснити подальші наукові дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значний внесок у дослідження та вивчення корпоративної соціальної відповідальності здійснили зарубіжні науковці: Г. Боуен, Х. Уолліч, Дж. МакГоуен, М. Фрідман, К. Девіс, А. Керролл, Е. Фріман, В. Фредерік, Т. Дональдсон, Л. Престон, Р. Фрімен, С. Веламурі та ін. Питання корпоративної соціальної відповідальності розглядали вітчизняні науковці: Д.О. Баюра, О.Ю. Березіна, О.С. Поважний, О.О. Олійник, А.Г. Зінченко, З.О. Іванова, І.В. Лебедєв та ін.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є аналіз історичних аспектів становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

Поняття «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ) сформувалося в кінці ХХ ст. у США та нині широко використовується у світі в контексті дискусій навколо концепцій сталого розвитку. Однак недостатньо визначеними є місце і роль КСВ у системі підприємництва в Україні.

Для українського бізнесу важливим є формування концепції корпоративної соціальної відповідальності, адже це стане відповіддю на виклики глобалізації. КСВ включає у себе питання, пов'язані з розвитком сфери бізнесу та одночасним вирішенням соціальних питань, покращенням екологічної ситуації в країні та забезпеченням гідного рівня якості життя населення. Сьогодні КСВ в Україні є добровільною діяльністю великих компаній, що формує їхню репутацію соціально відповідального суб'єкта. Для малих і середніх компаній упровадження КСВ є надто масштабним та потребує уточнення та адаптації.

Науковий аналіз КСВ розпочався у ХVІІІ ст., коли відбувалися індустріальні революції. У 1919 р. Генрі Гантт у книзі «Організація праці» описав ідею соціальної відповідальності бізнесу, в якій стверджував про необхідність поєднання прагнення до збільшення прибутків і підвищення добробуту суспільства у цілому [1].

Першим, хто застосував термін «соціальна відповідальність» був учений Г. Боуен, який у 1953 р. видав монографію «Соціальна відповідальність бізнесмена». Автор характеризує поняття соціальної відповідальності як процес реалізації політики, прийняття рішень та тримання лінії поведінки, які були б бажані для цілей і цінностей суспільства [2]. Г. Боуена називають «батьком КСВ», адже його роль у формуванні соціальної відповідальності надзвичайно значна.

Вагомий внесок у процес становлення КСВ зробив К. Девіс, який протягом багатьох років займав посаду президента Академії менеджменту. К. Девіс опублікував значну кількість наукових праць, однак

фундаментальною була стаття «Справа за та проти прийняття бізнесом соціальних обов'язків» 1973 р., де автор підсумував основні аргументи за і проти корпоративної соціальної відповідальності, які були нагромаджені на той час в науковій літературі (табл. 1).

За твердженням К. Девіса, фірма не буде соціально відповідальною, якщо вона співвідносить свою діяльність лише з мінімальними вимогами закону, оскільки це притаманне будь-якому хорошому громадянину [3].

Визначальною була публікація в журналі The New York Times статті видатного економіста М. Фрідмена «Соціальна відповідальність бізнесу», у якій автор зазначає, що соціальна відповідальність підприємства полягає у зростанні і максимізації прибутку, а компанії повинні «не забруднювати, не дискримінувати, не обманювати» [4]. М. Фрідмен заперечував концепцію корпоративної соціальної відповідальності, опираючись на такі твердження: корпорації на противагу особистостям не можуть бути соціально відповідальними; директори компаній навряд чи можуть називатися представниками стейкхолдерів, адже їхнім основним завданням є максимізація прибутків акціонерів; директори компаній, не будучи власниками, не мають права витратити кошти на заходи, які не стосуються генерування прибутків; дуже важко визначити коло тих соціальних питань, за які має відповідати компанія, адже не можна бути однаково добрим для всіх [5].

Вагомим внеском у формування принципів КСВ була публікація праці А. Керролла «Тривимірний концептуальний модель корпоративної соціальної діяльності» у 1979 р., де КСВ трактується як відповідність економічним, правовим, етичним і дискреційним очікуванням, що їх покладає суспільство на організації в даний період часу. На думку вченого, наведені у статті типи КСВ не виключають одна одну, як і не утворюють об'єднання економічних та соціальних інтересів, а також вони співвідносяться

Таблиця 1

**Аналіз аргументів упровадження корпоративної соціальної відповідальності у бізнес-середовище (за К. Девісом)**

Позитивні аргументи	Негативні аргументи
Довгострокова заінтересованість бізнесу в суспільному процвітанні	Відмова від всесвітньої максимізації прибутку
Підвищення суспільного іміджу конкретних компаній	Втрати від соціальної активності
Підтримка життєздатності бізнесу як системи	Брак навичок вирішення соціальних завдань
Послаблення державного регулювання бізнесу	Розмивання основних цілей бізнесу
Відповідність бізнесу соціокультурним нормам	Послаблення міжнародного платіжного балансу
Зниження ризиків акціонерів щодо диверсифікації інвестиційного портфеля	Надмірна концентрація влади в руках бізнесу
Нові шляхи вирішення соціальних проблем (дайте бізнесу шанс!)	Слабкість суспільного контролю
Наявність у бізнесу необхідних ресурсів	Брак широкої суспільної підтримки
Можливість «конвертації» соціальних проблем у прибутковий бізнес	
Профілактика соціальних проблем ліпша за лікування	

Джерело: сформовано авторами на основі [3]

між собою скоріше у порядку історичної еволюції. Хоча всі ці типи відповідальності вже існують одночасно в бізнес-організаціях, – зазначав він, – історія бізнесу свідчить про більш ранню увагу до економічних і правових аспектів і про більш пізню – до аспектів етичних і дискреційних. Більше того, будь-яка взята відповідальність або дія бізнесу може мати вбудовані економічні, правові, етичні і дискреційні мотиви [6].

Найбільш повноцінну модель КСВ запропонував Д. Вуд у 1990 р. та визначив її як систему принципів соціально відповідальних процесів соціальної сприйнятливості та їх очікуваних результатів, що пов'язані із суспільною взаємодією фірми [7].

Цікавими є твердження науковців Л. Холма і Р. Уаттса, які визначають КСВ як постійно діючу прихильність бізнесу щодо ведення справ на засадах етики і здійснення внесків в економічний розвиток, водночас покращуючи якість життя своїх працівників та їхніх родини і суспільства у цілому [8].

Незважаючи на наявність великої кількості досліджень, присвячених корпоративній соціальній відповідальності, сьогодні це поняття не має загальноприйнятого визначення та широко використовується як синонім понять «соціальна відповідальність», «корпоративне громадянство», «корпоративна філантропія» тощо.

На нашу думку, сьогодні важливо враховувати результати досліджень не лише науковців, а й твердження представників бізнес-середовища, міжнародних організацій (табл. 2).

За визначенням Міжнародного керівництва соціальної відповідальності, ISO 26000 КСВ – це відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору й етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку та добробуту суспільства, враховує очікування зацікавлених сторін і відповідає чинному законодавству, інтегрована в діяльність усієї організації й узгоджується з міжнародними нормами [9]. Український центр розвитку КСВ підтримує тлумачення вищенаведеного визначення.

У Європі в 1995 р. за прикладом американців було створено проєкт European Business Network (CSR Europe), який діє й сьогодні. Його метою є допомога бізнесу у пошуках проєктів та програм, пов'язаних із корпоративною соціальною відповідальністю та сталим розвитком. У Європі соціальна відповідальність бізнесу офіційно закріпилася на Лісабонському європейському саміті в березні 2000 р. Згідно із «Зеленою книгою про КСВ», Європейською комісією у Брюсселі 2001 р. було опубліковано, що КСВ – це концепція, за якою організація враховує інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив усіх сфер своєї діяльності на споживачів, постачальників, працівників, акціонерів, громад

та навколишнього середовища [10]. Отже, метою є сталий розвиток на національному, європейському та міжнародному рівнях.

Виходячи з того що представники бізнесу використовують термін «корпоративна соціальна відповідальність», а громадські організації – «соціальна відповідальність», можна підтвердити синонімічність цих понять, адже вони є перекладом англійського поняття corporate social responsibility [11]. На нашу думку, соціальна відповідальність охоплює проблему в цілому, тобто на рівні галузі, а корпоративна соціальна відповідальність розкриває соціальну діяльність на мікрорівні, тобто на рівні корпорації.

Отже, з вищенаведених визначень можна зробити висновок, що поняття КСВ формується залежно від галузі, в якій працює підприємство, від місцезнаходження, а особливо від цілей діяльності організації. Однак ці визначення несуть у собі триєдину концепцію сталого розвитку – збереження довкілля; поліпшення стану соціальної сфери; баланс технологічного й економічного розвитку.

Варто визначити, що не лише актуальним є дослідження історичних форм прояву феномену КСВ у світі, а й в Україні (табл. 3).

У результаті масштабних досліджень теорії та практики КСВ О.Ю. Березіна приводить широке тлумачення даної концепції: «Соціальна відповідальність корпорацій (СВК) – соціально-економічний інститут, що функціонує як відкрита система, у рамках якого будується процес взаємодії корпорації та її стейкхолдерів, що сприяє скороченню трансакційних витрат, розв'язанню конфлікту інтересів та набуттю корпорацією стійких конкурентних переваг шляхом використання соціальних інвестицій, соціального партнерства, соціальної звітності, дивідендної політики та корпоративних комунікацій. При цьому інститут соціальної відповідальності корпорацій функціонує у межах компонентів внутрішнього (внутрішня корпоративна структура, політика та етика, ресурси) і зовнішнього (норми права, регулювання, конкуренція, стандарти, глобалізація, кризи і зміни в політичному та макроекономічному середовищі, додаткові інститути) середовища» [12].

Професор О.С. Поважний ідентифікує КСВ як соціально відповідальний бізнес, котрий розглядається як добровільна стратегія компанії, що має на меті досягнення сталого розвитку та здійснюється з огляду на потреби власного персоналу, місцевих громад і довкілля [13].

О.П. Левченко пропонує розглядати КСВ як дотримання вибраного та прийнятого власниками, керівництвом та рядовим персоналом організації напряму задоволення очікувань соціального середовища, що позитивно впливає на взаємовідносини організації із середовищем та покращує результати діяльності у цілому [14].

**Визначення КСВ фахівцями бізнес-середовища**

Назва організації	Визначення	Джерело
Всесвітня бізнесова рада із сталого розвитку (WBCSD – World Business Council for Sustainable Development)	Визначає соціальну корпоративну відповідальність як «зобов'язання бізнесу сприяти сталому економічному розвитку, працюючи з найманими працівниками, їхніми родинами, місцевою громадою та суспільством загалом з метою покращення якості життя.	Офіційний сайт ради бізнесу із сталого розвитку. URL: <a href="http://www.wbcsd.org">http://www.wbcsd.org</a>
Європейський Альянс	КСВ – це концепція залучення соціальних і екологічних напрямів у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між усіма зацікавленими сторонами.	Офіційний сайт Європейської бізнес-асоціації. URL: <a href="http://eba.com.ua">http://eba.com.ua</a>
Міжнародна організація праці	КСВ – це добровільна ініціатива ділових кіл, яка стосується діяльності, яка перевищує просту вимогу дотримання букви закону.	Офіційний сайт Міжнародної організації праці (МОП). URL: <a href="http://www.ilo.org.ua">http://www.ilo.org.ua</a>
Конференція роботодавців України	КСВ – добровільна ініціатива власника компанії або засновників організації з розроблення й реалізації певних соціально спрямованих, неприбуткових заходів, що мають на меті якісне покращення зовнішнього для компанії або організації середовища.	Офіційний сайт Конференції роботодавців України. URL: <a href="http://www.conf.eu.org">http://www.conf.eu.org</a>
Форум соціально відповідального бізнесу в Україні	КСВ – відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших проблем.	Офіційний сайт Спільноти СББ. URL: <a href="http://svb.org.ua">http://svb.org.ua</a>
Міжнародний форум бізнес-лідерів	КСВ – просування практик відповідального бізнесу, які дають користь бізнесу й суспільству та сприяють економічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного і мінімізації негативного впливу бізнесу на суспільство.	Вебсайт Міжнародного форуму бізнес-лідерів (IBLF). URL: <a href="http://iblf.org.ua">http://iblf.org.ua</a>

Джерело: авторська розробка

На думку Є. Тришини, корпоративна соціальна відповідальність – це філософське поняття, що визначає позицію компанії щодо своєї країни, суспільства, співробітників та навколишнього середовища. Сучасна компанія розуміє свою відповідальність і прагне стати компанією з «людяним обличчям» [15].

У результаті масштабних досліджень шляхом системного опрацювання сучасної філософії соціальної відповідальності загалом і корпоративної зокрема А.М. Колот надає таке визначення поняття КСВ – раціональний відгук організації на суперечливі очікування заінтересованих сторін (стейкхолдерів), спрямований на стійкий розвиток компанії. Це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені. За своєю суттю корпоративна соціальна відповідальність – це імплементований у корпоративне управління певний вид соціальних зобов'язань (здебільшого добровільних) перед працівниками, партнерами, інститутами громадського суспільства і суспільством у цілому [16]. Автор виважено аргументує, що для забезпечення стійкого розвитку, соціальна відповідальність має не менше значення, ніж розвиток економіки чи інновацій у бізнесі.

На думку В. Воробей, КСВ – це спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство [17].

На нашу думку, КСВ – це тривимірна взаємодія бізнесу, держави, суспільства. Однак саме бізнес має прийняти на себе роль провідної ланки в механізмі узгодження в економіці і суспільстві індивідуальних та групових інтересів. Соціальна відповідальність є широким поняттям, яке включає в себе відповідальність за вплив на навколишнє середовище, а корпорація – це утворення, де власники, особливо дрібні акціонери, відокремлені від керівництва. Ми вважаємо, що кожна корпорація повинна нести відповідальність за результати своєї діяльності перед працівниками, партнерами, акціонерами, стейкхолдерами і суспільством у цілому.

Таким чином, на основі досліджень закордонних та вітчизняних науковців щодо ідентифікації корпоративної соціальної відповідальності пропонуємо розглядати КСВ як *тривимірну взаємодію бізнесу, держави, суспільства, яка зорієнтована на довгострокову діяльність підприємства у трьох рівнях: соціальному, екологічному та економічному, що включають у себе захист та розвиток персоналу, відповідальне ставлення до продукту, послуги, збереження природних ресурсів та зменшення забруднення довкілля, успішна реалізація яких спонукатиме підвищенню іміджу, конкурентоспроможності компанії та активізуватиме приріст фінансових показників.*

**Висновки.** Узагальнюючи вищенаведені позиції науковців, є можливість стверджувати, що аналіз

## Історичні форми прояву феномену КСВ в Україні

Форми прояву КСВ	Позитивні риси форми прояву КСВ	Негативні риси форми прояву КСВ	Дослідники
КСВ як індивідуальна добродійність	Із часів Київської Русі, а саме становлення християнства, заклик до безкорисливості та людинлюбства, допомоги ближньому став початком появи так званої «епохи добродійності», що, своєю чергою, є підґрунтям для дослідження категорії КСВ. Добродійність була проявом особистого життя кожної людини, тому меценати не задумувалася над тим, аби пропагувати свої добрі наміри перед суспільством. Тобто перший прояв походження КСВ у вигляді добродійності мав суто релігійний, індивідуальний для кожної особистості характер.	Добродійність не є практичною доцільністю, це лише власна заслуга, а не заслуга суспільства	Богачевський В., Голод І. Меценатство в Україні (ІХ–ХVІІІ ст.). Українська культура. 1993. № 11–12.
КСВ як цивільна добродійність	У ХVІІІ ст. відбувається розквіт цивільної добродійності, яка стає справою суспільства загалом. Найбільше проявляється у сферах освіти та медицини	Прояв КСВ не в усіх сферах діяльності	Гессен А.Є. Становлення системи корпоративної соціальної відповідальності. Вісник Дніпропетровської фінансової академії. 2009. 25 с.
КСВ як меценатство	ХІХ – початок ХХ ст. Розквіт меценатської діяльності, де підприємці прагнули увійти у сферу, що користувалася суспільним престижем. Саме у цей час починають формуватися риси добродійності як на індивідуальному, так і на суспільному рівні	Для досягнення високих результатів виробництва вводиться 9-годинний робочий день, що супроводжується конфліктами між роботодавцями і робітниками	Слабошпицький М.Ф. Українські меценати: нариси з історії української культури. Київ : Ярославів Вал, 2001. 235 с.
КСВ як небезпека для суспільства	У 1917 р., коли відбувся більшовицький збройний переворот у Петрограді, добродійність та меценатством займатися було небезпечно. У 1918 р. підприємство було заборонене під страхом втрати. Своєрідним проявом «добродійності» з боку СРСР була безкоштовна праця на користь держави	Небезпека введення принципів КСВ	Доник О.М. Добродійність в Україні (ХІХ – початок ХХ ст.). Український історичний журнал. 2005. № 4.
КСВ як необхідна умова існування суспільства	Після розпаду СРСР добродійність та меценатство стають необхідною умовою існування суспільства, де підприємці почали брати на себе культурну та соціально-економічну відповідальність	Відсутність поняття репутації та ділової етики	Доник О.М. Добродійність в Україні (ХІХ – початок ХХ ст.). Український історичний журнал. 2005. № 4.
КСВ як соціально-економічні реформи	Із початку 1992 р. в Україні розпочався етап радикально-ліберальних реформ, який мав негативну соціальну спрямованість. В основі шокової терапії та приватизації було тотальне руйнування радянської системи. Соціально-економічна ситуація не відповідає сучасним соціальним трендам	Негативна соціальна спрямованість КСВ	Сазонець І.М., Сокурченко П.І. Корпоративне управління : навчальний посібник. Донецьк, 2008.
КСВ як громадянська відповідальність зі збереження навколишнього середовища	Наприкінці 2000-х років відбулося відокремлення благодійності від КСВ, саме у цей період бізнес уперше звернувся до практик зі збереження навколишнього середовища	Перші незначні кроки на шляху українського бізнесу до соціального підприємництва	Шутаєва О.О. Соціальна відповідальність у досягненні конкурентоспроможності підприємства. Культура народів Причорномор'я. 2014. № 273. С. 73–78.
КСВ як системні й якісні зміни в Україні	Заснований центр «Розвитку корпоративної соціальної відповідальності» у 2008 р. Мета діяльності центру – впроваджувати соціальну відповідальність, допомагати компаніям розробляти КСВ-стратегії та готувати нефінансові звіти задля якісних змін в Україні	Працює лише зі 100 компаніями, 200 університетами, 20 школами, 60 державними компаніями і 40 муніципалітетами компаніями	Офіційний сайт центру «Розвитку корпоративної соціальної відповідальності». URL: <a href="https://csr-ukraine.org/">https://csr-ukraine.org/</a>
КСВ як захист територіальної цілісності	У червні 2013 р. Указом Президента затвердилися плани щодо розроблення стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу та підтримки армії після Революції гідності, анексії Росією Криму, утворення самопроголошених ЛНР і ДНР, гібридної війни і тероризму на Сході України	Жодна зі стратегій КСВ в Україні не мала пункту про допомогу армії військовим, пораненим чи вимушеним переселенцям	Офіційне Інтернет-представництво Президента України. URL: <a href="https://www.president.gov.ua/documents/decr">https://www.president.gov.ua/documents/decr</a>

Джерело: авторська розробка

історичних аспектів становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності сьогодні варто досліджувати, адже саме такий напрям наукової роботи допомагатиме в подальшому для вдосконалення ідентифікації КСВ. Варто зазначити, що в сучасних умовах функціонування український бізнес готовий до реалізації концепцій корпоративної соціальної відповідальності, але вони повинні регулюватися державним законодавством, адже діяльність підприємства повинна бути спрямована не лише на економічний розвиток, а й на реалізацію екологічних та соціальних тенденцій, які забезпечать майбутньому сталий розвиток бізнесу.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Patrick Weaver, Henry L. Gantt. A Retrospective view of his work. URL: [https://mosaicprojects.com.au/PDF\\_Papers/P158\\_Henry\\_L\\_Gantt.pdf](https://mosaicprojects.com.au/PDF_Papers/P158_Henry_L_Gantt.pdf) (дата звернення: 25.06.2021).
2. Bowen H. Social responsibilities of the businessman. N.Y. : Harper & Row, 1953. 285 p.
3. Davis K. The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*. 1973. Vol. 16(2). P. 313–321.
4. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profit. *New York Times Magazine*. 1970. September, 13. P. 122–126.
5. Meinolf Dierkes, Ariane Antal. Wither Corporate Social Reporting: Is It Time to Legislate? *California Management Review*. 1986. Vol. 28. P. 106.
6. Світова історія розвитку КСВ. URL: <https://www.stelmaschuk.info/internet-conference/announced-internet-conference/onferencia-17-05-2012/51-article-onferencia-17-05-2012/241-241.html> (дата звернення: 25.06.2021).
7. Wood D. Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*. 1991. № 16. P. 691–718.
8. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Економічна теорія*. 2013. № 4. С. 5–27.
9. Керівництво із соціальної відповідальності. Міжнародний стандарт ISO/FDIS 26000. URL: [http://www.ksovokcom/doc/iso\\_fds\\_26000\\_rus.pdf](http://www.ksovokcom/doc/iso_fds_26000_rus.pdf) (дата звернення: 25.06.2021).
10. Зелена книга Європейського Союзу. URL: [http://www.rspenergy.ru/main/static.asp?art\\_id=1552](http://www.rspenergy.ru/main/static.asp?art_id=1552) (дата звернення: 25.06.2021).
11. Что такое СОБ? *Международный деловой Sustainable business*. URL: <http://csrjournal.com/839-что-такое-sob-что-такое-socialnaja.html> (дата звернення: 25.06.2021).
12. Березина О.Ю. Теоретичні підходи до визначення поняття «корпоративна соціальна відповідальність». Житомир : ЖДТУ, 2010. С. 223–225.
13. Поважний О.С., Орлова Н.С. Формування корпоративної стратегії на основі соціальної відповідальності. *Менеджер*. 2014. С. 4–10.
14. Левченко О.П. Сутність поняття «Корпоративна соціальна відповідальність». *Економіка транспортного комплексу*. Харків, 2014. С. 39–54.
15. Маркетинг в Україні. Блог Є. Тришина. URL: [http://www.ua-marketing.com.ua/?page\\_id=667](http://www.ua-marketing.com.ua/?page_id=667) (дата звернення: 25.06.2021).
16. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність і проблеми її сприймання суспільством. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. Київ, 2013. С. 6–14.
17. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? *Києво-Могилянська бізнес-державна студія*. 2005. С. 11–20.

#### REFERENCES:

1. Patrick Weaver, Henry L. Gantt. A Retrospective view of his work. Available at: [https://mosaicprojects.com.au/PDF\\_Papers/P158\\_Henry\\_L\\_Gantt.pdf](https://mosaicprojects.com.au/PDF_Papers/P158_Henry_L_Gantt.pdf) (accessed 25 June 2021).
2. Bowen H. (1953) Social responsibilities of the businessman. N.Y: Harper & Row, p. 285.
3. Davis K. (1973) The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*, vol. 16(2), pp. 313–321.
4. Friedman M. (1970) The Social Responsibility of Business is to increase its Profit. *New York Times Magazine*. September, 13, pp. 122–126.
5. Meinolf Dierkes, Ariane Antal (1986) Wither Corporate Social Reporting: Is It Time to Legislate? *California Management Review*, vol. 28, p. 106.
6. Svitova istoriya rozvytku KSV [World history of corporate social responsibility]. Available at: <https://www.stelmaschuk.info/internet-conference/announced-internet-conference/onferencia-17-05-2012/51-article-onferencia-17-05-2012/241-241.html> (accessed 25 June 2021).
7. Wood D. (1991) Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, no. 16, pp. 691–718.
8. Kolot A.M. (2013) Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist': evolyutsiya ta rozvytok teoretychnykh pohlyadiv. *Ekonomichna teoriya* [Corporate social responsibility: evolution and development of theoretical views]. Kiyv, no. 4, pp. 5–27.
9. Kerivnytstvo z sotsial'noyi vidpovidal'nosti. Miznarodnyy standart ISO/FDIS 26000 [Guide to social responsibility. International standard ISO / FDIS 26000] Available at: <http://www.ksovokcom/doc/isofds26000rus.pdf> (accessed 25 June 2021).
10. Zelena knyha Yevropeys'koho Soyuzu [Green Paper of the European Union]. Available at: [http://www.rspenergy.ru/main/static.asp?art\\_id=1552](http://www.rspenergy.ru/main/static.asp?art_id=1552) (accessed 25 June 2021).
11. Chto takoye SOB? [What is social responsibility of business?]. *Mezhdunarodnyy delovoy Sustainable business*. Available at: <http://csrjournal.com/839-что-такое-sob-что-такое-socialnaja.html> (accessed 25 June 2021).
12. Berezina O.Y. (2010) Teoretychni pidkhody do vyznachennya ponyattya «korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist'» [Theoretical approaches to the definition of "corporate social responsibility"]. Zhytomyr: ZHDTU, pp. 223–225.
13. Povazhnyy O.S., Orlova N.S. (2014). Formuvannya korporatyvnoyi stratehiyi na osnovi sotsial'noyi vidpovidal'nosti [Formation of corporate strategy on the basis of social responsibility]. *DonDUU «Menedzher»*, pp. 4–10.

14. Levchenko O.P. (2014) Sutnist' ponyattya «Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist'» [The essence of the concept of "Corporate Social Responsibility"]. *Ekonomika transportnoho kompleksu*, pp. 39–54.

15. Marketynh v Ukraini. Bloh Ye. Tryshyna [Marketing in Ukraine. E. Trishin's blog] Available at: [http://www.ua-marketing.com.ua/?page\\_id=667](http://www.ua-marketing.com.ua/?page_id=667) (accessed 25 June 2021).

16. Kolot A.M. (2013) Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist' i problemy yiyi spryumannya suspil'stvom [Corporate social responsibility and problems of its perception by society], *Sotsial'no-trudovi vidnosyny: teoriya ta praktyka*, pp. 6–14.

17. Vorobey V. (2005) Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist' chy vyhoda? [Corporate social responsibility or benefit?]. *Kyyevo-Mohylyans'ka biznes derzhavna studiya*, pp. 11–20.