ISSN (Online): 3083-7782
Електронний науковий журнал «ЕКОНОМІЧНА ПАРАДИГМА»

УДК 005.35

Ушкальов Володимир Васильович
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки підприємства
та організації бізнесу
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця
ORCID: 0000-0002-2445-669X

https://doi.org/10.25313/3083-7782-2026-5-50

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Анотація. *Вступ. В сучасних умовах, коли стрімкий технікотехнологічний розвиток суспільства супроводжується одночасним зростанням антропогенних загроз, стратегія ведення бізнесу, орієнтованого на успіх, змушена бути суспільно орієнтованою. Концепція соціальної відповідальності бізнесу, що орієнтує на прийняття зважених та збалансованих управлінських рішень з чітким розумінням їх віддалених наслідків для суспільства, стає одним з дієвих інструментів, який дозволяє бізнесу вийти за межі традиційних економічних результатів та стати справжньою рушійною силою розвитку суспільства. З моменту виникнення концепції минуло понад сімдесят років. Сформована як добровільна ініціатива бізнес-спільноти в сфері етики ведення бізнесу, концепція соціальної відповідальності за час свого існування неодноразово переосмислювалась і змінювалось. Втім і зараз, коли цілі сталого розвитку та завдання соціальної відповідальності визначені, продовжують з'являтись нові виклики та загрози суспільству. А отже соціально відповідальне управління бізнесом потребує з'ясування новітніх тенденцій, що притаманні соціальній відповідальності, формування уявлень про подальші перспективи їх розвитку та удосконалення на цій основі практики ведення бізнесу.*

Мета. Метою дослідження є виявлення та порівняння сучасних тенденцій розвитку соціальної відповідальності за кордоном та в Україні, що надасть можливість вітчизняним підприємствам краще відповідати вимогам суспільства, швидше адаптуватись до світових стандартів ведення бізнесу й підвищити власну конкурентоспроможність.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є: 1) нормативно-правова база країн ЄС та України з питань соціальної відповідальності; 2) дослідження закордонних та вітчизняних авторів, що висвітлюють сучасний стан та новітні тенденції у сфері регуляції та розвитку соціальної відповідальності підприємств.

В процесі здійснення дослідження було використано наступні наукові методи: теоретичного узагальнення та систематизації (для формулювання переліку та сутності сучасних тенденцій розвитку, що притаманні соціальній відповідальності); аналізу та порівняння (для виявлення специфіки соціальної відповідальності підприємств в Україні та за кордоном); логічного узагальнення результатів (формулювання висновків).

Результати. У науковій статті визначено перелік та зміст сучасних тенденцій, що притаманні процесам розвитку соціальної відповідальності в Україні та світі. Виявлено спільні системно-цільові аспекти та істотні відмінності в пріоритетності й можливостях забезпечення ефективності соціально відповідальних практик. Запропоновано урахування виявлених спільних тенденцій та розбіжностей в процесі стратегічного планування соціальної відповідальності вітчизняних підприємств.

Перспективи. В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на розробці моделей урахування національної специфіки та узгодженні критеріїв оцінювання соціальної відповідальності. Це надасть змогу мінімізувати непередбачені втрати від імплементації завищених та несвоєчасних вимог у спільних соціальних проєктах та сприятиме підвищенню ефективності соціальної відповідальності підприємств в цілому.

Ключові слова: *соціальна відповідальність, управління підприємством, стратегічний аналіз, стратегічне прогнозування.*

Copyright © The Author(s).
This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Постановка проблеми. В сучасних умовах, коли стрімкий техніко-технологічний розвиток суспільства супроводжується одночасним зростанням антропогенних загроз, стратегія ведення бізнесу, орієнтованого на успіх, змушена бути суспільно орієнтованою. Концепція соціальної відповідальності бізнесу, що орієнтує на прийняття зважених та збалансованих управлінських рішень з чітким розумінням їх віддалених наслідків для суспільства, стає одним з дієвих інструментів, який дозволяє бізнесу вийти за межі традиційних економічних результатів та стати справжньою рушійною силою розвитку суспільства.

З моменту виникнення концепції минуло понад сімдесят років. Сформована як добровільна ініціатива бізнес-спільноти в сфері етики ведення бізнесу, концепція соціальної відповідальності за час свого існування неодноразово переосмислювалась і змінювалось. Втім і зараз, коли цілі сталого розвитку та завдання соціальної відповідальності визначені, продовжують з'являтись нові виклики та загрози суспільству.

Перша чверть XXI століття констатувала зростання масштабів глобальних економічних, соціальних та екологічних загроз, низьку ефективність міжнародних організацій, що мали б об'єднати людство навколо їх вирішення, поширення практики грінвошингу для імітації активності бізнесу у сфері корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), та низку інших негативних явищ. Зрештою це сприяло змінам у ставленні до КСВ та розумінні її ролі в житті суспільства. А отже соціально відповідальне управління бізнесом потребує з'ясування новітніх тенденцій, що притаманні соціальній відповідальності, формування уявлень про подальші перспективи її розвитку та удосконалення на цій основі практики ведення бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми впровадження екологічного, соціального та корпоративного управління (ESG) в діяльність підприємств в контексті циркулярної економіки та КСВ досліджувала Н. Павліха [4].

В дослідженнях показано, що ефективна реалізація ESG-принципів у публічному та корпоративному секторах України стримується комплексом інституційних проблем, які детально проаналізовано такими науковцями, як В. Бабаєв, Н. Клименко, В. Берлізова, Д. Тимоха [1].

О. Кравченко та А. Зінченко визначено особливості впливу цифровізації та соціальної відповідальності на конкурентоспроможність підприємств [3]. Цифровізація суспільного життя висуває нові вимоги до способів поводження з даними та додає новий вимір соціального впливу.

Істотні відмінності в підходах та практиках соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) у глобальному та українському контекстах досліджуються у роботах Л. Райчевої та Д. Набок [7]. Дослідники констатують фрагментарність проявів соціальної відповідальності, їх благодійний та несистемний характер, що не сприяє ефективному використанню наявного потенціалу підприємств в цій сфері.

Етичні аспекти управління корпоративною соціальною відповідальністю та еволюцію теорії стейкхолдерів, як однієї з базових концепцій соціально відповідальної поведінки підприємств, досліджено у роботі Ю. Єжелій та З. Тягунової [2]. Авторами доведено необхідність адаптації глобальних моделей КСВ до місцевих культурних, політичних та економічних контекстів. Показано різноманіття етичних систем та їх вплив на соціальну активність компаній.

Закордонні дослідники фокусуються на таких аспектах соціальної відповідальності, як: забезпечення нейрорізноманіття (Дж. Сінгер [24]; С. Сілберман [23]; Р. Остін, Д. Пізано [11]); впровадження регенеративних стратегій, як чинника відновлення оточуючого середовища (А. Дас, Н. Бокен [15]); соціально відповідальна поведінка підприємств в контексті циркулярної економіки (Р. Арі, У. Кенда, М. Джисдорфер, Дж. Кірчхер [14]); забезпечення гендерної рівності (Д. Бейкер, І. Халберстам, К. Крофт, А. Мас, Д. Мессака [22]); дослідження етичних, правових та соціальних аспектів цифрової відповідальності (Дж. Віртц, Дж. Тарбіт, Н. Хартлі, У. Кунц [25; 26]). Однак глибоке дослідження окремих аспектів розвитку соціальної відповідальності залишає невизначеним їх системну взаємодію та подальшу динаміку, що й обумовлює необхідність подальшого уточнення існуючих тенденцій та визначення перспектив розвитку соціальної відповідальності.

Мета. Метою дослідження є виявлення сучасних тенденцій та перспектив розвитку соціальної відповідальності за кордоном та в Україні, що надасть можливість вітчизняним підприємствам краще відповідати вимогам суспільства, швидше адаптуватись до світових стандартів ведення бізнесу й підвищити власну конкурентоспроможність.

Виклад основного матеріалу. Соціальна відповідальність є сучасною управлінською концепцією, що передбачає багатокритеріальних підхід до оцінки успішності бізнесу. Соціальна відповідальність сьогодні — це практична реалізація стратегічного підходу до вирішення екзистенційних проблем, що притаманні сучасному етапу суспільного розвитку. Друга половина XX століття відзначалась не тільки швидкими темпами економічного розвитку в багатьох країнах світу, а й остаточним усвідомленням пов'язаних з ним проблем. Адже виявилось, що в умовах масштабних техніко-технологічних змін й відносної насиченості базових людських потреб нерегульоване прагнення бізнесу до збільшення власної прибутковості може формувати істотні загрози як для соціальної ситуації в суспільстві, так і для екологічного середовища. Фокусуючись на цілях, що узгоджені зі стратегічними цілями збереження та розвитку суспільства, соціальна відповідальність виступає як дієвий засіб попередження економічних, екологічних та соціальних криз.

Директива ЄС 2014/95/ЄС (NFRD) Європейського Союзу про нефінансову звітність зобов'язала компанії, що мають понад 500 співробітників, публікувати звіти про вплив на екологію, дотримання прав людини та боротьбу з корупцією [18]. Відтепер соціальна відповідальність стає частиною офіційного річного звіту. Втім це не призвело до радикальних змін у досягненні цілей сталого розвитку, оскільки причини суспільних проблем і надалі залишилися не усунутими.

Тренд щодо збільшення цілеспрямованої регуляції КСВ законодавчим шляхом став зростати, коли у країнах ЄС було прийнято низку законів, що накладали на компанії санкції за порушення прав людини їхніми підрядниками (наприклад, використання компаніями дитячої праці в Африці). Так у Франції у 2017 році було прийнято Закон про «належну обачність» (Duty of Vigilance), який дозволяє судити компанію за дії її постачальників [20]. У Німеччині в 2021 році було ухвалено закон Lieferkettengesetz, який зобов'язав бізнес перевіряти весь ланцюг поставок на етичність [9]. Невиконання правової норми компанією призводить до значних за обсягом штрафів.

Логічним завершенням епохи добровільності соціальної відповідальності та її правової невизначеності стало прийняття ЄС у грудні 2022 року Директиви зі звітності в галузі сталого розвитку (CSRD), яка набула чинності з 2024 року [16]. Введені нею єдині стандарти (ESRS) значно обмежили «творчість» та «креатив» у сфері звітності КСВ. Обов'язковим став і аудит: перевірку нефінансового звіту відтоді здійснює зовнішній аудитор.

Паралельно із прийняттям згаданих законодавчих актів бізнес почали спонукати до «недобровільної КСВ» ще й інвестори. З 2020 року найбільші фонди (наприклад, BlackRock) зробили наявність чіткої ESG-стратегії необхідною умовою отримання фінансування. Фактично це означає, що з того моменту КСВ стала недобровільною фінансово, адже без неї бізнес просто втрачав доступ до капіталу.

У липні 2024 року набула чинності CSDDD (Corporate Sustainability Due Diligence Directive) — Директива 2024/1760 ЄС щодо належної обачності корпорацій у сфері сталого розвитку [17]. Якщо інші стандарти (GRI, SASB, ESRS) визначали зміст та форми звітів, то CSDDD вже містить вимоги до діяльності компанії та визначає, яку юридичну відповідальність вона несе за здійснені порушення. Це найсуворіший закон в історії КСВ. Ключовими положеннями CSDDD є:

– юридична відповідальність компаній не тільки за власні дії, а й порушення інших у ланцюжку поставок (Supply Chain Vigilance);
– великі штрафи (за недотримання директиви країн ЄС дозволено накладати штрафи до 5% від світового обороту компанії);
– громадянські позови;
– кліматичний план;
– охоплення. Директива стосується великих компаній ЄС, а також компаній із третіх країн (включаючи Україну, США, Китай), якщо їхній оборот на ринку ЄС перевищує €450 млн. [17].

Різниця між CSRD та CSDDD виглядає суттєвою: якщо перша зобов'язує розповідати про проблеми та вплив (прозорість), то друга зобов'язує виправляти проблеми та запобігати їм (реальні дії).

Таким чином сучасні законодавчі ініціативи у провідних західних країнах фактично визнали неефективність засобів ринкової саморегуляції КСВ, і з категорії «добровільної благодійності» остаточно перетворили КСВ на реальність, до якої бізнес змушений адаптуватись, аби забезпечити своє існування. До інших новітніх тенденцій у сфері КСВ, що визначають глобальний порядок денний варто віднести наведені нижче.

1. Інтеграція КСВ з місією бізнесу. Для багатьох сучасних компаній КСВ вже не зводиться до прийняття додаткових зобов'язань стосовно економічного, соціального та екологічного спектру проблем суспільства. Вони інтегрують КСВ до місії свого бізнесу, перетворюючи додаткову відповідальність на Корпоративне призначення (*Corporate Purpose*). На думку професора Оксфордської школи бізнесу Коліна Майєра *Purpose* — це не «благодійність», а нова юридична та економічна модель капіталізму стейкхолдерів [21]. Саме існування компанії має бути виправдане вирішенням конкретної суспільної проблеми. Його визначають три складові:

– корисність (*Utility*) — виробляти товари та послуги, які реально покращують життя людей;
– етика (*Ethics*) — не завдавати шкоди у процесі виробництва (екології, правам людини);
– стійкість (*Sustainability*) — бути прибутковими у довгостроковій перспективі, щоб продовжувати виконувати свою місію [21].

Місія компанії замість констатації виконання функції фокусується на визначенні призначення. Прикладом такої метаморфози є трансформація місій відомих компаній: *Tesla*: «Прискорити перехід світу до сталої енергетики». (Не просто «продавати електрокари», а змінити енергетичну систему);

2. DEI 2.0 як стратегія бізнесу. Концепція *(Diversity, Equity, Inclusion — «різноманітність, рівність та інклюзивність»),* що раніше являла собою соціальний проект у сфері HR, в нових умовах стає безпосередньо пов'язаною з прибутковістю компанії і трансформується у технологічну та фінансову стратегію. Головна відмінність *DEI* версії 2.0 — це перехід від декларування принципів до практичного вимірювання розмаїття. *DEI 2.0* включає:

Neurodiversity (Нейрорізноманіття). Компанії з ІТ-сфери та такі, що працюють в сфері досліджень і конструювання, активно наймають людей з аутизмом, СДВГ та дислексією. В ході досліджень було виявлено, що нейровідмінні співробітники часто мають професійно важливі якості та нестандартний підхід до вирішення завдань у згаданих сферах діяльності [24]. Людей з аутизмом часто відрізняє здатність знаходити закономірності у великих масивах даних та уважність до деталей [23]. Люди з СДВГ схильні до гіперкреативності, яка надає їм можливість швидкого пошуку нестандартних рішень. Люди з дислексією можуть мати добре розвинене просторове мислення і здатність сприймати ситуацію цілісно [11].

Не менш важливим стає і створення продуктів, доступних для людей з інвалідністю та нейровідмінних людей.

Equity (рівність). Великої ваги набуває радикальна прозорість зарплат [22]. Під тиском директив ЄС та законів США компанії публікують *Pay Equity Reports*, які містять аналіз розриву в оплаті праці не тільки за статтю, а й за етнічною ознакою та віком для ідентичних позицій.

Responsible AI (Відповідальне використання ШІ). Відтепер соціальна відповідальність включає аудит алгоритмів. Компанії перевіряють свої системи найму на предмет упередженості, щоб алгоритми ШІ не відсівали резюме за непрямими ознаками (стать, адреса проживання, перерви у кар'єрі тощо) [12].

Belonging (Приналежність). Компаніям важливо не тільки найняти різних людей (*Diversity*), а ще й утримати їх. Важливим є, щоб вони не звільнилися і розкрили свій потенціал продовжуючи працювати в компанії. Як засіб попередження раптового звільнення використовують регулярні виміри *Sense of Belonging*, які дозволяють зрозуміти, чи відчуває співробітник, що його голос чують і він важливий для компанії [19].

Supplier Diversity («різноманітність ланцюжка поставок»). Великі компанії (*Apple*, *Microsoft*) потребують звітів *DEI* від своїх постачальників. При цьому певний відсоток бюджету має йти компаніям, якими володіють жінки, ветерани або представники меншин [10].

Забезпечення компанією нейрорізноманіття передбачає внесення змін до значної частини традиційних організаційних практик. Наприклад:

– відмова від стандартних інтерв'ю при наймі — замість стрес-інтерв'ю (де людині з аутизмом складно підтримувати візуальний контакт) можуть бути запропоновані випробування або практичні завдання;
– сенсорна доступність — обладнання офісів тихими зонами, надання навушників та регульованого освітлення;
– індивідуальний менеджмент — навчання керівників давати чіткі, недвозначні інструкції (без сарказму чи прихованих смислів).

3. Регенеративний розвиток (*Regenerative Business*). Передбачає забезпечення економічного розвитку шляхом циклічного використання ресурсів та стабільне зростання з фокусом на відновлення ресурсів і довкілля. Концепція «не шкодити природі» замінюється концепцією «відновлювати природу» [15]. Компанії, наприклад, *Nestlé* або *Walmart*, інвестують у регенеративне сільське господарство, яке повертає вуглець у ґрунт та відновлює біорізноманіття. Така практика є більш дієвою, аніж традиційна мінімізація викидів. Це гарантує безпеку ланцюжка поставок за умов кліматичної кризи.

4. Штучний інтелект та «Цифрова етика». Окрім традиційних трьох напрямів піклування про суспільство, соціальна відповідальність тепер включає:

відповідальний ШІ — перевірка алгоритмів на відсутність упередженості при наймі чи видачі кредитів;

кібербезпека даних як прояв КСВ — захист даних клієнтів відтепер розглядається як фундаментальне право людини, а не тільки як технічний аспект діяльності компаній [25].

5. Економіка замкненого циклу (Circular Economy). Якщо раніше фокусом КСВ було «зменшення шкоди довкіллю», то новою тенденцією стала концепція «нуль відходів», орієнтована на повторне використання, ремонт, відновлення та переробку матеріалів і продуктів з метою максимального продовження життєвого циклу продукту. Компанії мають проектувати товари так, щоб їх можна було нескінченно переробляти або ремонтувати [14]. Під впливом цієї тенденції з 2022 року компанії *Apple* та *Samsung* почали продавати запасні частини для самостійного ремонту їх продукції користувачами (*Self-Service Repair*), що раніше заборонялось їх внутрішніми політиками.

6. Подвійна суттєвість (Double Materiality).

Відповідно до директиви CSRD європейські компанії мають звітувати не лише про те, як світ впливає на них (ризики для прибутку), а й про те, як вони впливають на світ (викиди, вплив на місцеві громади). Така практика має сприяти зменшенню кількості маніпуляцій інформацією під час створення іміджу компанії, коли бізнес повідомляє лише про те, що є для нього вигідним.

Ефективне застосування подвійної суттєвості демонструє нідерландська компанія *Philips*. У своєму звіті *Philips Annual Report* компанія для кожної з 20-ти важливих тем повідомляє про два види впливу: фінансову суттєвість та суттєвість впливу. У кожній темі визначаються ризики та дії, що дозволяють компанії їх подолати. Зазначені ризики та впливи відображаються компанією у матриці суттєвості. В результаті

завдяки *Double Materiality* інвестор має можливість одночасно бачити не тільки те, наскільки захищеною буде інвестиція в компанію, а й те, чи не знищує вона довкілля в процесі отримання прибутку.

7. Прозорість ланцюгів постачання (Supply Chain Vigilance).

Завдяки технологіям блокчейну сучасним трендом стало створення «цифрових паспортів продуктів», де вказано весь етичний шлях товару.

Ключові компоненти *Supply Chain Vigilance*:

– картування ризиків (*Risk Mapping*) — глибокий аудит усіх рівнів постачальників (не лише прямих, а й постачальників сировини);
– цифровий слід (*Traceability*) — використання *Blockchain* та цифрових паспортів товарів для відстеження шляху сировини (наприклад, «конфліктних мінералів» або бавовни);
– примусове виправлення — якщо виявлено порушення, компанія має просто розірвати договір, а сприяти поліпшенню умов праці тому заводі;
– публічна звітність — щорічна публікація даних про виявлені ризики та вжиті заходи [13].

Важливою особливістю забезпечення прозорості ланцюгів постачання став перехід від належної обачливості до забезпечення пильності (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняння понять «пильність» та «належна обачливість»

Критерій	Належна обережність (Due Diligence)	Пильність (Vigilance)
Форма існування	Процедура, процес	Юридичний обов'язок
Мета	мінімізувати ризики для компанії	Мінімізувати шкоду для суспільства та природи
Глибина	Зазвичай лише перший рівень постачальників	Весь ланцюжок до видобутку сировини
Наслідки	Важко залучити до суду, якщо папери гаразд	Громадянська відповідальність за збитки (позови від постраждалих)
Характер	Захисний, разовий	Активний та неперервний

Джерело: розроблено автором на основі [13]

Поняття «пильність» тісно пов'язане з поняттям «належна обачливість». «Пильність» — це зобов'язання та відповідальність за результат. «Належна обачливість» — це більш масштабний процес, що забезпечує досягнення результату. Якщо раніше належної обачливості було достатньо для демонстрації КСВ, то в нових умовах вимоги до відповідальності значно підвищуються, і тепер компанія має дбати не тільки про етичність та прозорість безпосередньо здійснюваних операцій, а й про етичність усіх попередніх етапів його виробництва чи отримання.

Соціальна відповідальність в Україні еволюціонувала під впливом світових та європейських тенденцій, проте в наслідок наявності значних культуральних, суспільно-політичних та економічних особливостей мала і продовжує мати власну специфіку. Перші спроби доєднатись до світової тенденції зростання відповідальності бізнесу мали несистемний та часто випадковий характер. Існувала велика група мотивів, що зумовлювала перехід українських компаній до відповідальної моделі управління бізнесом. Соціально відповідальними компанії ставали через:

– вимоги законодавства;
– соціально відповідальну політику головних офісів закордонних компаній, філіалами яких була частина українських;
– прагнення власників бізнесу будувати свою діяльність з орієнтацією на міжнародні ринки та за світовими стандартами;
– опортунізм як адаптивну реакцію до умов ринкового середовища;
– утилітарну (побудова іміджу бізнесу) або безкорисливу (етичні мотиви) філантропію власників.

Сучасні тенденції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні відображають глибоку трансформацію підходів — від епізодичної благодійності до системної інтеграції.

Основні сучасні тенденції розвитку соціальної відповідальності в Україні наведено далі.

1. Пріоритетність військового контексту та підтримка ветеранів. Останнім часом ключовим напрямом соціальної відповідальності бізнесу стала реалізація програм допомоги Збройним Силам України та підтримка постраждалих [4; 7]. Особлива увага приділяється:

– працевлаштуванню ветеранів. Це завдання розглядається як спільна проблема держави та бізнесу, що включає програми професійної перепідготовки, психологічної реабілітації та створення інклюзивних робочих місць;
– забезпечення житлом. Бізнес дедалі частіше залучається до реалізації житлових гарантій для військовослужбовців через механізми державно-приватного партнерства;

– волонтерська допомога, що здійснюється бізнесом з огляду на ресурсні, медичні, фінансові, соціально-психологічні та інші потреби військових.

2. Соціально відповідальна релокація та підтримка внутрішньо переміщених осіб (ВПО). Підприємства, що здійснюють релокацію, вирішують комплекс транспортних, соціально-побутових, інформаційно-консультативних та інших проблем, що виникають у підприємства та персоналу компаній та членів їх сімей. Здійснення релокації, як правило, відбувається в умовах істотних часових та ресурсних обмежень. При цьому збереження людського потенціалу постає не менш важливим завданням, аніж переміщення у просторі виробничих потужностей.

Складність процесу релокації посилюється через неможливість здійснити ретельне планування та організацію процесу [8]. Рішення, які приймаються щодо релокації, переважно не відповідають вимогам оптимальності: перевага надається швидкості та прийнятності. При цьому виникає широкий спектр проблем, пов'язаних з адаптацією до нових умов, інтеграцією до нової громади, вирішенням соціально-побутових, правових, комунікаційних та інших питань. Через це виникають додаткові витрати, що пов'язані з оперативною необхідністю вирішення непередбачених проблем.

З огляду на зазначене, релокація бізнесу в умовах України має специфічну структуру цілей та завдань, пов'язаних із забезпеченням соціальної складової в діяльності компаній [8]. Для ВПО створюються програми швидкого перенавчання, а також здійснюється соціальна допомога для тих, хто втратив житло чи місце роботи.

3. Формування цифрової відповідальності. В Україні ця новітня тенденція у сфері відповідальності охоплює такі аспекти, як:

– цифрова етика та захист даних. Відповідальне використання персональної інформації та прозорість алгоритмів штучного інтелекту;
– цифрова інклюзія. Забезпечення рівного доступу до цифрових ресурсів для вразливих груп населення та мешканців сільських територій;
– формування «онлайн-довіри». Використання веб-сайтів та порталів як інструментів прозорої комунікації з різноманітних соціальних ініціатив.

Надаючи підприємству значну кількість конкурентних переваг, цифровізація одночасно породжує й низку проблем технічного, фінансового та соціального характеру [3]. Це потребує зважених стратегічних рішень стосовно інтеграції цифрових технологій, та додаткової уваги до питань відповідального поводження з даними.

4. Перехід до «зеленої економіки» та ESG-стандартів. Соціальна відповідальність стає інструментом адаптації до екологічних викликів. Сучасні українські компанії (такі як ДТЕК, «Оболонь») активно впроваджують:

– екологічні інновації. Використання відновлювальних джерел енергії, систем сортування відходів та енергоефективних технологій;
– ESG-звітність. Посилення уваги до нефінансової звітності (екологія, соціум, управління), що стає обов'язковою умовою для залучення міжнародних інвестицій та виходу на ринки ЄС. Для українських експортерів важливу роль також починає відігравати «пильність у ланцюжку поставок», що стає необхідною умовою доступу на ринок ЄС. Для взаємодії із закордонними партнерами все частіше є необхідним доведення соціальної відповідальності бізнесу до рівня міжнародних стандартів щодо умов праці, безпеки та екології, з підтвердженням висновку про відповідність зовнішнім незалежним аудитом [7].

5. Соціально відповідальний маркетинг. Українські споживачі формують нову модель поведінки, де понад 52% респондентів вважають соціальну відповідальність бренду важливою при виборі товарів [1]. Типовими напрямами соціально відповідального маркетингу стають:

– етичне споживання. Проявляється у просуванні ідеї купувати товари у компаній, які демонструють чітку соціальну позицію;
– боротьба з «грінвошінгом». Зростають вимоги до чесності та прозорості ведення бізнесу. Збільшується кількість уваги, що приділяється просуванню ідеї доброчесної поведінки;
– боротьба з корупцією. Відповідно до державних законодавчих ініціатив, що покликані забезпечити відповідність українських умов вимогам європейського законодавства, зростає потреба у просуванні їх ідей.

6. Інституціоналізація та солідарна економіка. Зростає кількість компаній, у яких в корпоративній культурі та політиці пріоритет надається гуманістичним цінностям та соціальній гармонії. Посилюється вплив соціально відповідальних компаній-лідерів: «Нова Пошта», «Київстар», EPAM виступають драйверами змін, задаючи стандарти відповідальної поведінки для інших компаній. На державному рівні в Україні розпорядженнями Кабінету Міністрів України прийнято «Концепцію реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку СВБ до 2030 року» [6] та план заходів з її виконання [5].

Основну проблему, яку вбачає Уряд у сфері соціальної відповідальності бізнесу в Україні, в концепції визначено як: «недостатній рівень залученості бізнесу до реалізації соціальних проектів та необхідність визначення принципів і напрямів державної політики у сфері розвитку соціально відповідального бізнесу» [6]. Нижче наведено порівняльну таблицю тенденцій розвитку КСВ в Україні та країнах ЄС (табл. 2):

Таблиця 2

Порівняльний аналіз тенденцій розвитку КСВ в Україні та країнах ЄС

Критерій порівняння	Європейський Союз (ЄС)	Україна
Нормативно-правовий статус	Обов'язковість КСВ як фінансова умова доступу до капіталу	Поступова інституціоналізація на державному рівні
Ключові регуляторні акти	Директиви CSRD (звітність), CSDDD (належна обачність), стандарти ESRS	«Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку СВБ до 2030 року»
Стратегічний пріоритет	Бюрократизація системи для підвищення її ефективності; екологізація та сталий розвиток	Екзистенційне виживання, підтримка ЗСУ, допомога ветеранам та збереження людського капіталу
Відповідальність у ланцюгах постачання	Перехід від «належної обачності» до «пильності»; юридична відповідальність по всьому ланцюгу	Впровадження принципів «пильності» як необхідна умова для експортерів та виходу на ринки
Прозорість та звітність	Обов'язковий зовнішній аудит нефінансових звітів; концепція «подвійної суттєвості»	Посилення уваги до ESG-звітності для залучення міжнародних інвестицій; боротьба з «грінвошингом»
Соціальний аспект (DEI та HR)	Фокус на нейрорізноманітті та радикальній прозорості зарплат, цифровій етиці ШІ	Підтримка ВПО, релокація бізнесу, працевлаштування та реабілітація ветеранів
Екологічний підхід	Регенеративні стратегії та економіка замкненого циклу («нуль відходів»)	Перехід до «зеленої економіки», екологічні інновації та енергоефективність
Цифровий вимір	Аудит алгоритмів ШІ на упередженість; відповідальне управління даними	Формування «онлайн-довіри», цифрова інклюзія для вразливих груп

Джерело: розроблено автором з використанням [1–9; 11–14]

Порівняльний аналіз розвитку соціальної відповідальності в європейських країнах та Україні свідчить про декларацію однакових цілей, але різний рівень готовності та спроможності країн до їх реалізації. І якщо європейські країни сфокусовані на глибокій бюрократизації системи соціальної відповідальності для підвищення її ефективності, то в українських умовах держава та бізнес змушені фокусуватись в першу чергу на екзистенційному виживанні та збереженні матеріальних ресурсів та людського капіталу.

Головна відмінність полягає в тому, що в європейських країнах системи КСВ спрямовані на виправлення системних суспільних проблем через регуляцію та прозорість, тоді як в українських умовах держава та бізнес змушені фокусуватися на солідарній економіці та подоланні наслідків війни.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, сучасний світовий етап розвитку КСВ характеризується її трансформацією з добровільної ініціативи на обов'язкову складову ведення бізнесу, що стає необхідною фінансовою умову для доступу компанії до капіталу й отримання можливості виходу на міжнародні ринки.

Існує істотна відмінність у специфіці українського вектора розвитку соціальної відповідальності. Порівняно з європейською моделлю, що фокусується на глибокій бюрократизації та екологізації, українська КСВ має виражений екзистенційний характер. Ключовими трендами в Україні є пріоритетність військового контексту (підтримка ЗСУ та ветеранів), соціально відповідальна релокація бізнесу та допомога внутрішньо переміщеним особам.

Перспективи розвитку соціальної відповідальності в Україні полягають у подальшому зближенні стандартів публічного врядування та корпоративного менеджменту на засадах ESG. Подальша адаптація законодавства до вимог ЄС та цифровізація мають створити підґрунтя для залучення інвестицій у екологічно нейтральне повоєнне відновлення та довгострокову інтеграцію національної економіки до глобальної системи сталого розвитку.

Виявлені відмінності в національній специфіці соціальної відповідальності та розбіжності в рівнях можливостей впровадження сучасних практик, потребують розроблення моделей їх урахування в стратегічному управлінні та узгодження критеріїв оцінювання соціальної відповідальності. Це надасть змогу мінімізувати непередбачені втрати від імплементації завищених та несвоєчасних вимог у спільних соціальних проєктах та сприятиме підвищенню ефективності соціальної відповідальності підприємств в цілому.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ФІНАНСУВАННЯ: Автори не отримували фінансування для цього дослідження.
ЗАЯВА ПРО ДОСТУПНІСТЬ ДАНИХ: Не застосовується.
КОНФЛІКТ ІНТЕРЕСІВ: Автори заявляють про відсутність конфлікту інтересів.

Література

1. Бабаєв В.Ю., Клименко Н.Г., Берлізова В.А., Тимоха Д.А. Реалізація ESG принципів у публічному та корпоративному управлінні. *Теорія та практика державного управління*. 2025. Вип. 1 (80). С. 132–152. DOI: http://doi.org/10.26565/1727-6667-2025-1-08

2. Єжелий Ю.О., Тягунова З.О. Етичні аспекти управління корпоративною соціальною відповідальністю: теорія зацікавлених сторін, соціальний контракт та інші релевантні теорії. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. 2025. № 2(16). С. 104–117. DOI: https://doi.org/10.32750/2025-0210

3. Кравченко О.О., Зінченко А.В. Цифровізація та соціальна відповідальность: вплив на конкурентоспроможність підприємств. *Економічний простір*. 2025. № 201. С. 92–95. DOI: https://doi.org/10.30838/EP.201.92-95

4. Павліха Н. Впровадження ESG та корпоративної соціальної відповідальності у контексті циркулярної економіки: моніторинг ефективності та проблеми прозорості. *Економіка та суспільство*. 2024. № 68. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-22

5. Про затвердження плану заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.07.2020 № 853-р. *Урядовий кур'єр*. 2020. № 137. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/853–2020-p#Text (дата звернення: 28.04.2026).

6. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.01.2020 № 66-р. *Офіційний вісник України*. 2020. № 14. С. 199. Стаття 578. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/66-2020-p (дата звернення: 28.04.2026).

7. Райчева Л.І., Набок Д.О. Соціальна відповідальність бізнесу як фактор сталого розвитку: світовий та український контекст. *Суспільство та національні інтереси*. 2025. № 7. С. 576–584. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/scntint_2025_7_45 (дата звернення: 28.04.2026).

8. Ушкальов В.В., Мартіянова М.П. Діагностика соціальної відповідальності під час релокації вітчизняних підприємств. *Сталий розвиток економіки*. 2025. № 3(54). С. 411–416. URL: https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-54-62

9. Act on Corporate Due Diligence Obligations in Supply Chains of July 16, 2021 (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz — LkSG). URL: https://www.csr-in-deutschland.de/SharedDocs/Downloads/EN/act-corporate-due-diligence-obligations-supply-chains.pdf?__blob=publicationFile (дата звернення: 28.04.2026).

10. Adobor H., McMullen, R.S. Strategic purchasing and supplier partnerships — The role of a supplier diversity program. *Journal of Purchasing and Supply Management*. 2014. Vol. 20, Issue 4. P. 263–270. URL: https://doi.org/10.1016/j.pursup.2014.05.003

11. Austin R.D., Pisano G.P. Neurodiversity as a Competitive Advantage *Harvard Business Review*. 2017. Vol. 95, No. 3 (Issue May–June). P. 96–103. URL: https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=52624 (дата звернення: 28.04.2026).

12. Barocas S. Hardt M., Narayanan A. Fairness and machine learning: limitations and opportunities. Cambridge: The MIT Press, 2023. 340 p.

13. Budiono K., Ellitan L. The Efficiency and Performance of Apple's Supply Chain Management. *ULIL ALBAB Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. 2024. Vol. 3, No. 5. P. 46–67. DOI: https://doi.org/10.56799/jim.v3i5.3337

14. Aryee R., Kanda W., Geissdoerfer M., Kirchherr J. Circular ecosystems: Past, present, and future research directions. *Journal of Industrial Ecology*. 2025. № 29. P. 1364–1381. DOI: https://doi.org/10.1111/jiec.70061

15. Das A., Bocken N. Regenerative business strategies: A database and typology to inspire business experimentation towards sustainability. *Sustainable Production and Consumption*. 2024. № 49. P. 529–544. DOI: https://doi.org/10.1016/j.spc.2024.06.024

16. Directive (EU) 2022/2464 of the European Parliament and of the Council of 14 December 2022 amending Regulation (EU) № 537/2014, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Directive 2013/34/EU, as regards corporate sustainability reporting. *Official Journal of the European Union*. 2022. L 322. P. 15–80. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022L2464 (дата звернення: 28.04.2026).

17. Directive (EU) 2024/1760 of the European Parliament and of the Council of 13 June 2024 on corporate sustainability due diligence and amending Directive (EU) 2019/1937 and Regulation (EU) 2023/2859. *Official Journal of the European Union*. 2024. L 2024/1760. URL: https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2024/1760/oj (дата звернення: 28.04.2026).

18. Directive 2014/95/EU of the European Parliament and of the Council of 22 October 2014 amending Directive 2013/34/EU as regards disclosure of non-financial and diversity information by certain large undertakings and groups. URL: https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2014/95/oj/eng (дата звернення: 28.04.2026).

19. Hart W., Waller R. The Power of Belonging: Discovering the Confidence to Lead with Vulnerability. Colorado Springs: David C Cook, 2019. 224 p.

20. LOI n° 2017–399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre. *Journal officiel de la République Française*. 2017. 28 mars. URL: https://www.legifrance.gouv.fr/download/pdf?id=9aawcYcwvkntYs2UUCMWL4iX_erjixoTD_Jy3AVXRFk= (дата звернення: 28.04.2026).

21. Mayer C. Prosperity: Better Business Makes the Greater Good. Oxford: Oxford University Press, 2018. 288 p.

22. Baker D., Halberstam Y., Kroft K., Mas A., Messacar D. Pay Transparency and the Gender Gap. *American Economic Journal Applied Economics.* 2023. Vol. 15(2). P. 157–183. DOI: https://doi.org/10.1257/app.20210141

23. Silberman S. NeuroTribes: The Legacy of Autism and the Future of Neurodiversity. New York: Avery, 2015. 576 p.

24. Singer J. Odd People In: The Birth of Community Amongst People on the Autism Spectrum. A Personal Exploration of a New Social Movement Based on Neurological Diversity: Sociology Honours thesis. Sydney: University of Technology, 1998. 56 p.

25. Wirtz J. Tarbit J., Hartley N., Kunz W.H. Corporate Digital Responsibility: Dealing with Ethical, Privacy and Fairness Challenges of AI. *Journal of AI, Robotics & Workplace Automation.* 2022. № 1(4). P. 325–328. DOI: https://doi.org/10.69554/EJDV6502

26. Wirtz J., Kunz W.H. The Importance of Corporate Digital Responsibility (CDR) in a Digital Service World. *Journal of Research in Interactive Marketing.* 2024. Vol. 18(1). P. 31–37. URL: https://doi.org/10.1108/JRIM-06–2023–0176

References

1. Babaiev, V.Yu., Klymenko, N.H., Berlizova, V.A., & Tymokha, D.A. (2025). Realizatsiia ESG pryntsypiv u publichnomu ta korporatyvnomu upravlinni [Implementation of ESG principles in public and corporate management]. *Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia, 1*(80), 132–152. https://doi.org/10.26565/1727-6667-2025-1-08 [in Ukrainian].

2. Yezhelyi, Yu.O., & Tyahunova, Z.O. (2025). Etychni aspekty upravlinnia korporatyvnoiu sotsialnoiu vidpovidalnistiu: teoriia zatsikavlenykh storin, sotsialnyi kontrakt ta inshi relevantni teorii [Ethical aspects of corporate social responsibility management: stakeholder theory, social contract and other relevant theories]. *Yevropeiskyi naukovyi zhurnal Ekonomichnykh ta Finansovykh innovatsii, 2*(16), 104–117. https://doi.org/10.32750/2025-0210 [in Ukrainian].

3. Kravchenko, O.O., & Zinchenko, A.V. (2025). Tsyfrovizatsiia ta sotsialna vidpovidalnist: vplyv na konkurentospromozhnist pidpryiemstv [Digitalization and social responsibility: impact on enterprise competitiveness]. *Ekonomichnyi prostir, 201*, 92–95. https://doi.org/10.30838/EP.201.92–95 [in Ukrainian].

4. Pavlikha, N. (2024). Vprovadzhennia ESG ta korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti u konteksti tsyrkuliarnoi ekonomiky: monitorynh efektyvnosti ta problemy prozorosti [Implementation of ESG and corporate social responsibility in the context of circular economy: performance monitoring and transparency issues]. *Ekonomika ta suspilstvo, 68*. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-22 [in Ukrainian].

5. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2020). *Pro zatverdzhennia planu zakhodiv z vykonannia Kontseptsii realizatsii derzhavnoi polityky u sferi spryiannia rozvytku sotsialno vidpovidalnoho biznesu v Ukraini na period do 2030 roku: Rozporiadzhennia vid 01.07.2020 № 853-r* [On approval of the action plan for implementation of the Concept of state policy for promoting socially responsible business development in Ukraine until 2030]. *Uriadovyi kurier, 137*. Retrieved from https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/853-2020-%D1%80#Text [in Ukrainian].

6. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2020). *Pro skhvalennia Kontseptsii realizatsii derzhavnoi polityky u sferi spryiannia rozvytku sotsialno vidpovidalnoho biznesu v Ukraini na period do 2030 roku: Rozporiadzhennia vid 24.01.2020 № 66-r* [On approval of the Concept of state policy for promoting socially responsible business development in Ukraine until 2030]. *Ofitsiinyi visnyk Ukrainy, 14*, 199. Retrieved from https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66–2020-%D1%80#Text [in Ukrainian].

7. Raicheva, L.I., & Nabok, D.O. (2025). Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak faktor staloho rozvytku: svitovyi ta ukrainskyi kontekst [Business social responsibility as a factor of sustainable development: global and Ukrainian context]. *Suspilstvo ta natsionalni interesy, 7*, 576–584. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/scntint_2025_7_45 [in Ukrainian].

8. Ushkalyov, V.V., & Martiianova, M.P. (2025). Diahnostyka sotsialnoi vidpovidalnosti pid chas relokatsii vitchyznianykh pidpryiemstv [Diagnosis of social responsibility during relocation of domestic enterprises]. *Stalyi rozvytok ekonomiky, 3*(54), 411–416. https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-54-62 [in Ukrainian].

9. Act on Corporate Due Diligence Obligations in Supply Chains of July 16, 2021 (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz — LkSG). (2021). Retrieved from https://www.csr-in-deutschland.de/SharedDocs/Downloads/EN/act-corporate-due-diligence-obligations-supply-chains.pdf?__blob=publicationFile

10. Adobor, H., & McMullen, R.S. (2014). Strategic purchasing and supplier partnerships: The role of a supplier diversity program. *Journal of Purchasing and Supply Management, 20*(4), 263–270. https://doi.org/10.1016/j.pursup.2014.05.003

11. Austin, R.D., & Pisano, G.P. (2017). Neurodiversity as a competitive advantage. *Harvard Business Review, 95*(3), 96–103. Retrieved from https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=52624

12. Barocas, S., Hardt, M., & Narayanan, A. (2023). *Fairness and machine learning: Limitations and opportunities*. The MIT Press.

13. Budiono, K., & Ellitan, L. (2024). The efficiency and performance of Apple's supply chain management. *ULIL ALBAB Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 3*(5), 46–67. https://doi.org/10.56799/jim.v3i5.3337

14. Aryee, R., Kanda, W., Geissdoerfer, M., & Kirchherr, J. (2025). Circular ecosystems: Past, present, and future research directions. *Journal of Industrial Ecology, 29*, 1364–1381. https://doi.org/10.1111/jiec.70061

15. Das, A., & Bocken, N. (2024). Regenerative business strategies: A database and typology to inspire business experimentation towards sustainability. *Sustainable Production and Consumption, 49*, 529–544. https://doi.org/10.1016/j.spc.2024.06.024

16. European Parliament and Council. (2022). *Directive (EU) 2022/2464 of the European Parliament and of the Council of 14 December 2022 amending Regulation (EU) No 537/2014, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Directive 2013/34/EU, as regards corporate sustainability reporting*. *Official Journal of the European Union, L 322*, 15–80. Retrieved from https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022L2464

17. European Parliament and Council. (2024). *Directive (EU) 2024/1760 of the European Parliament and of the Council of 13 June 2024 on corporate sustainability due diligence and amending Directive (EU) 2019/1937 and Regulation (EU) 2023/2859*. *Official Journal of the European Union, L 2024/1760*. Retrieved from https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2024/1760/oj

18. European Parliament and Council. (2014). *Directive 2014/95/EU of the European Parliament and of the Council of 22 October 2014 amending Directive 2013/34/EU as regards disclosure of non-financial and diversity information by certain large undertakings and groups*. Retrieved from https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2014/95/oj/eng

19. Hart, W., & Waller, R. (2019). *The power of belonging: Discovering the confidence to lead with vulnerability*. David C Cook.

20. République Française. (2017, March 28). *LOI n° 2017–399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre*. *Journal officiel de la République Française*. Retrieved from https://www.legifrance.gouv.fr/download/pdf?id=9aawcYcwvkntYs2UUCMWL4iX_erjixoTD_Jy3AVXRFk=

21. Mayer, C. (2018). *Prosperity: Better business makes the greater good*. Oxford University Press.

22. Baker, D., Halberstam, Y., Kroft, K., Mas, A., & Messacar, D. (2023). Pay transparency and the gender gap. *American Economic Journal: Applied Economics, 15*(2), 157–183. https://doi.org/10.1257/app.20210141

23. Silberman, S. (2015). *NeuroTribes: The legacy of autism and the future of neurodiversity*. Avery.

24. Singer, J. (1998). *Odd people in: The birth of community amongst people on the autism spectrum. A personal exploration of a new social movement based on neurological diversity* (Sociology honours thesis). University of Technology Sydney.

25. Wirtz, J., Tarbit, J., Hartley, N., & Kunz, W.H. (2022). Corporate digital responsibility: Dealing with ethical, privacy and fairness challenges of AI. *Journal of AI, Robotics & Workplace Automation, 1*(4), 325–328. https://doi.org/10.69554/EJDV6502

26. Wirtz, J., & Kunz, W. H. (2024). The importance of corporate digital responsibility (CDR) in a digital service world. *Journal of Research in Interactive Marketing, 18*(1), 31–37. https://doi.org/10.1108/JRIM-06-2023-0176

Дата першого надходження статті до видання: 01.05.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 24.05.2026
Дата публікації: 31.05.2026

ISSN (Online): 3083-7782
Електронний науковий журнал «ЕКОНОМІЧНА ПАРАДИГМА»

Ushkalyov Volodymyr
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Economics of Enterprise and Business organization
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

CURRENT TRENDS FOR THE DEVELOPMENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY

Summary. *Introduction. In modern conditions, when rapid technological development in society is accompanied by a simultaneous increase in anthropogenic threats, the strategy of conducting business, focused on success, is forced to become socially oriented. The concept of business social responsibility, which focuses on making considered, balanced management decisions with a clear understanding of their long-term consequences for society, is becoming an effective tool that allows businesses to go beyond traditional economic outcomes and become a real driving force for societal development. More than seventy years have passed since the concept emerged. Formed as a voluntary initiative of the business community in the field of business ethics, the concept of social responsibility has been repeatedly rethought and changed during its existence. However, even now, when the goals of sustainable development and the tasks of social responsibility have been defined, new challenges and threats to society continue to appear. Therefore, socially responsible business management requires identifying the latest trends in social responsibility, developing ideas about their future prospects, and improving business practices on this basis.*

Purpose. The purpose of the study is to identify current trends and prospects for the development of social responsibility abroad and in Ukraine, enabling domestic enterprises to better meet society's requirements, adapt more quickly to global business standards, and increase their competitiveness.

Materials and methods. The materials of the study are: 1) the regulatory and legal framework of the EU countries and Ukraine on social responsibility; 2) studies by foreign and domestic authors that highlight the current state and new trends in the field of regulation and development of corporate social responsibility.

In the process of conducting the research, the following scientific methods were used: theoretical generalization and systematization (to formulate a list and essence of modern development trends inherent in social responsibility); analysis and comparison (to identify the specifics of social responsibility of enterprises in Ukraine and abroad); logical generalization of results (formulation of conclusions).

Results. The scientific article identifies a list of modern trends inherent in the development of social responsibility in Ukraine and worldwide. Common systemic and target aspects and significant differences in the priority and possibilities of ensuring the effectiveness of socially responsible practices are identified. It is proposed to take into account the identified common trends and differences in the strategic planning of social responsibility for domestic enterprises.

Discussion. In further scientific research, it is proposed to focus on developing models that take into account national specifics and harmonizing criteria for assessing social responsibility. This will minimize unforeseen losses from the implementation of overstated and untimely requirements in joint social projects and will contribute to increasing the effectiveness of corporate social responsibility in general.

Key words: *social responsibility, enterprise management, strategic analysis, strategic forecasting.*