

DOI: <https://doi.org/10.32782/ecovis/2025-4-2>
УДК 338.48:658.8

Буднікевич Ірина Михайлівна

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5466-6532>*

Шумейко Вадим Іванович

*аспірант,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-3455-9381>*

ЕВОЛЮЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПРАКТИКИ ІТ-КОМПАНІЙ УКРАЇНИ

У статті досліджено еволюцію корпоративної соціальної відповідальності в умовах цифрової економіки, коли дані, платформи та алгоритми стають головними ресурсами бізнесу і посилюють ризики порушення цифрових прав людини, кібербезпеки та цифрової нерівності. Метою дослідження є критичний аналіз класичних теоретичних підходів до корпоративної соціальної відповідальності та обґрунтування їх оновлення через інтеграцію концепції корпоративної цифрової відповідальності. Автори систематизують зміст основних теорій, виявляють їхні обмеження щодо врахування нематеріальних активів і нових груп стейкхолдерів, пропонують концептуальну модель поєднання соціальної та цифрової відповідальності, а також матричний підхід до оцінювання напрямів відповідальності у провідних компаніях сфери інформаційних технологій України. Наукова новизна полягає в уточненні змісту корпоративної соціальної відповідальності в цифровій економіці та розробленні моделі інтеграції соціальної й цифрової відповідальності бізнесу. Практичне значення результатів полягає у можливості використання запропонованих підходів для діагностики і розвитку політик корпоративної відповідальності в компаніях сфери інформаційних технологій. Основні висновки підтверджують, що українські компанії у сфері інформаційних технологій є одним із провідних середовищ формування інтегрованої моделі соціальної та цифрової відповідальності, посиленої воєнним контекстом.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, корпоративна цифрова відповідальність, цифрова економіка, інноваційні практики, компанії сфери інформаційних технологій України, людський капітал, кібербезпека.

Iryna Budnikevych

*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of the Department of Marketing, Innovation and Regional Development,
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University*

Vadym Shumeiko

*Postgraduate Student,
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University*

THE EVOLUTION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE DIGITAL ECONOMY: THEORETICAL ANALYSIS AND INNOVATIVE PRACTICES OF UKRAINIAN IT COMPANIES

The article examines the evolution of corporate social responsibility under the conditions of the digital economy, in which data, platforms and algorithms become the key resources of business and generate new risks for digital human rights, cybersecurity and digital inequality. The purpose of the study is to provide a critical analysis of classical theoretical approaches to corporate social responsibility and to substantiate the need to update them through the integration of the concept of corporate digital responsibility. The authors systematize the content of the main theories of corporate social responsibility, reveal their limitations in accounting for intangible assets, new stakeholder groups and the security dimension, and argue that these approaches are no longer sufficient to describe the role of business in a highly digitalized environment. The research proposes a conceptual model that combines social and digital responsibility of companies and reflects the transition from philanthropic and reputational practices towards strategically embedded responsibility for the impact of digital technologies and data. The empirical contribution of the article is based on the analysis of innovative



practices of leading Ukrainian companies operating in the field of information technology. Using case studies of three of the largest companies in this sector, the authors demonstrate how traditional instruments of corporate social responsibility, such as philanthropy, support for education, communities, health care and assistance to the security and defence sector, are combined with new elements of corporate digital responsibility, including inclusive digital products, promotion of digital literacy, dual education programmes, cybersecurity initiatives and participation in projects related to digital infrastructure. On this basis, a matrix-based toolkit is developed for assessing the balance and intensity of different directions of social and digital responsibility in the activities of companies in the field of information technology. The scientific novelty of the article lies in clarifying the content of corporate social responsibility in the digital economy and in substantiating the integrated model of social and digital responsibility of business, which reflects the influence of digitalization, war and growing social expectations on corporate behaviour. The practical significance of the obtained results is manifested in the possibility of using the proposed conceptual model and matrix toolkit for diagnostics, benchmarking and further development of corporate responsibility policies in companies that operate in the field of information technology and other sectors undergoing digital transformation. The main conclusions confirm that Ukrainian companies in the field of information technology are becoming one of the key platforms for the formation of an integrated model of social and digital responsibility, which strengthens the resilience of business models and contributes to the sustainable development of society in times of large-scale crisis.

Keywords: corporate social responsibility, corporate digital responsibility, digital economy, innovative practices, companies in the field of information technology in Ukraine, human capital, cybersecurity.

Постановка проблеми. Розвиток цифрової економіки суттєво змінює логіку функціонування бізнесу, структуру ринків і систему взаємодії між компаніями та стейкхолдерами. Стрімке поширення платформених бізнес-моделей, використання великих даних, штучного інтелекту та алгоритмічного управління зумовлює появу нових можливостей для створення вартості, але одночасно породжує нові соціальні та етичні ризики – від порушення приватності й маніпуляції інформаційними потоками до посилення цифрової нерівності. Класичні теорії корпоративної соціальної відповідальності, сформовані у другій половині ХХ ст. (М. Фрідман, А. Керролл, Р. Фрімен та ін.), виходили з передумов індустріальної економіки – домінування матеріальних активів, «класичної» форми зайнятості та лінійних ланцюгів створення вартості [10, 12, 13, 20]. Вони забезпечили важливий теоретичний фундамент, однак лише частково враховують специфіку цифрової трансформації та нові виміри відповідальності бізнесу.

Для України проблема осмислення сучасних форм корпоративної соціальної відповідальності є особливо актуальною з огляду на військові умови, в яких бізнес бере на себе частину функцій держави (підтримка Збройних сил України, допомога внутрішньо переміщеним особам, відбудова громад) [5, 9, 18], а також швидке зростання ІТ-сектору, який став одним із ключових драйверів експорту послуг і цифрової трансформації економіки [8, 16, 21].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Таким чином, постає наукова проблема – наскільки класична теорія корпоративної соціальної відповідальності є релевантною для аналізу відповідальності бізнесу в цифровій економіці та які нові концепти (зокрема корпоративна цифрова відповідальність) мають бути інтегровані в оновлену теоретичну рамку.

Теоретичні засади корпоративної соціальної відповідальності були закладені у працях Г. Боуена, М. Фрідмана, А. Керролла, Р. Фрімена та інших дослідників.

М. Фрідман у відомій статті “The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits” наполягав на тому, що єдиною соціальною відповідальністю бізнесу є максимізація прибутку для акціонерів за умови дотримання законодавства [13]. У відповідь на таку вузьку інтерпретацію виникають альтернативні концепції, які розширюють межі відповідальності корпорацій [10, 12, 20]. А. Керол запропонував чотирирівневу модель корпоративної соціальної відповідальності (економічна, правова, етична та філантропічна відповідальність), де економічна й правова відповідальність розглядаються як базові, тоді як етична та філантропічна – як вищі рівні соціальної залученості бізнесу [10]. Р. Фрімен і послідовники розвинули стейкхолдерський підхід, відповідно до якого компанія розглядається як мережа відносин із різними групами зацікавлених сторін, а не лише акціонерами [12].

У зарубіжній літературі останніх років спостерігається зміщення фокусу від «традиційної» корпоративної соціальної відповідальності до корпоративної цифрової відповідальності (Corporate Digital Responsibility, CDR), яку визначають як набір цінностей, норм і практик, що регулюють використання компаніями цифрових технологій та даних з огляду на права людини, етичні, соціальні та екологічні наслідки [17, 19, 23].

В українському науковому дискурсі проблематика корпоративної соціальної відповідальності досліджується в роботах А. Колота, О. Новікової, О. Бобровської, З. Галушки, А. Зінченко, М. Саприкіної та ін. А. Колот аналізує еволюцію теоретичних поглядів на корпоративну соціальну відповідальність, підкреслюючи її трансформацію від філантропії до стратегічного інструменту соціального розвитку [4]. О. Новікова та співавтори на основі експертного опитування пропонують діагностику стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні [7]. О. Бобровська та І. Шумік досліджують корпоративне управління соціальним розвитком, акцентуючи увагу на ролі бізнесу у формуванні людського капіталу та

розвитку територіальних громад [1]. А. Зінченко та М. Сапрікіна узагальнюють практики корпоративної соціальної відповідальності українських компаній за період 2005–2010 рр., фіксує перехід від поодиноких філантропічних ініціатив до системної соціальної політики [2]. З. Галушка наголошує на системності та постійній діяльності в сфері корпоративної соціальної відповідальності [15]. Окремий напрямок становлять українські дослідження корпоративної цифрової відповідальності, зокрема в контексті медіа-бізнесу, де корпоративна цифрова відповідальність розглядається як етичний орієнтир цифровізації підприємств [6].

Важливим емпіричним джерелом для розуміння макроконтексту корпоративної соціальної відповідальності та благодійності є регулярні дослідження Zagoriy Foundation, які демонструють зростання участі українців у благодійності (від близько 60 % у 2019 р. до 67 % у 2021 р. та 86 % у 2024 р.), збільшення ролі волонтерства та підвищення довіри до благодійних фондів і волонтерів у воєнний період [3]. Це формує соціальне середовище, в якому корпоративна благодійність та корпоративна соціальна відповідальність стають масовою й очікуваною практикою. Попри наявність значного масиву робіт, недостатньо розкритими залишаються питання критичного аналізу класичної теорії корпоративної соціальної відповідальності з позицій цифрових трансформацій, а також емпірична специфіка реалізації корпоративної соціальної відповідальності та корпоративної цифрової відповідальності в ІТ-секторі України.

Мета статті – проаналізувати еволюцію корпоративної соціальної відповідальності в умовах цифрової економіки шляхом критичного перегляду класичної теорії та емпіричного дослідження практик ІТ-компаній України.

Гіпотеза дослідження полягає в тому, що класична теорія корпоративної соціальної відповідальності є необхідною, але недостатньою основою для опису відповідальності бізнесу в цифровій економіці; її доповнення концепцією корпоративної цифрової відповідальності дозволяє адекватніше врахувати ризики та можливості, пов'язані з використанням цифрових технологій і даних, зокрема в ІТ-секторі України.

Виклад основного матеріалу дослідження. У межах неокласичної традиції М. Фрідман стверджував, що керівник компанії має єдину соціальну відповідальність – забезпечувати зростання прибутку для власників (акціонерів), дотримуючись законів і загальноприйнятих правил ринку [13]. На його думку, будь-яка «соціальна активність» бізнесу, яка зменшує прибутковість, фактично означає перекладання чужих соціальних пріоритетів на кошт акціонерів. У такій логіці корпоративна соціальна відповідальність редукується до економічної ефективності й мінімальної правової відповідності (compliance), тоді як етичний та соціальний виміри мають вторинний характер.

З іншого боку, А. Керол запропонував багатовимірну модель, у якій корпоративна відповідальність

охоплює чотири взаємопов'язані рівні: економічний, правовий, етичний та філантропічний [10]. Економічні та правові зобов'язання він розглядав як базові, тоді як етичні та філантропічні – як вищі рівні соціальної залученості бізнесу. Подальший розвиток ідей корпоративної соціальної відповідальності отримав у стейкхолдерській теорії Р. Фрімена, що зміщує фокус від інтересів акціонерів до інтересів усіх зацікавлених сторін – працівників, споживачів, постачальників, місцевих громад, держави, неурядових організацій тощо. У межах цього підходу компанія розглядається як мережа відносин, а її успіх визначається здатністю забезпечувати довгострокову спільну вигоду для різних груп стейкхолдерів [12].

Перевага стейкхолдерського підходу полягає в тому, що він дозволяє інтегрувати економічні, соціальні та етичні аспекти діяльності компанії. Водночас у його класичних формулюваннях майже не враховано специфіку цифрових стейкхолдерів – користувачів онлайн-платформ, постачальників даних, цифрових спільнот тощо. Саме тому постає потреба оновлення традиційних підходів до корпоративної соціальної відповідальності у контексті цифрової економіки.

Внутрішня суперечність класичної теорії корпоративної соціальної відповідальності проявляється в напруженні між кількома взаємопов'язаними чинниками: економічною логікою максимізації вартості для акціонерів; зростаючими соціальними очікуваннями щодо участі бізнесу у вирішенні суспільних проблем; а також вимогою прозорості, етичності та стійкості бізнес-моделей [4, 7, 20]. Ці протиріччя особливо загострюються в умовах цифрової економіки, де головними джерелами вартості стають нематеріальні активи, дані та алгоритми.

В умовах цифрової трансформації класична парадигма корпоративної соціальної відповідальності демонструє низку обмежень, які потребують критичного переосмислення. Зокрема, недооцінюється роль даних та цифрових прав. У класичних моделях (зокрема у піраміді А. Керола) відсутній окремий вимір, що враховує цифрові права людини (право на приватність, доступ до інформації, контроль над персональними даними), а також захист від маніпуляцій алгоритмами [6, 17, 19, 23]. Редукування відповідальності до економічних ефектів у shareholder-парадигмі спонукає компанії оцінювати етичні ризики цифрових технологій передусім через призму короткострокових фінансових результатів [13, 20, 23], що недостатньо відображає довгострокові соціальні наслідки для суспільства. Обмежене коло стейкхолдерів у класичних моделях не повною мірою відображає появу нових груп у цифровому середовищі [12, 17], а філантропія нерідко має формальний характер і може співіснувати з бізнес-моделлю, яка генерує суттєві цифрові ризики.

Таким чином, класична теорія корпоративної соціальної відповідальності потребує розширення й доповнення новими концепціями, що враховують специ-

фіку цифрової економіки, насамперед концепцією корпоративної цифрової відповідальності. Дослідники визначають Corporate Digital Responsibility як набір цінностей, норм і практик, що регулюють використання цифрових технологій і даних компаніями в соціально, економічно та екологічно відповідальний спосіб [17, 19, 23]. До ключових вимірів корпоративної цифрової відповідальності належать регулятивний, етичний, соціальний та екологічний (рис. 1).

В українському контексті корпоративна цифрова відповідальність як етична основа цифровізації розглядається у роботах Л. Ліпич, М. Кушнір, О. Хілухи, де вона тлумачиться як продовження корпоративної соціальної відповідальності в цифровому вимірі, з

акцентом на правах людини, етичній комунікації та прозорості медіаконтенту [6].

Узагальнюючи, корпоративну цифрову відповідальність можна розглядати як концептуальну «надбудову» над класичною корпоративною соціальною відповідальністю, що не заперечує її основних положень, але додає нові виміри відповідальності, релевантні цифровій економіці.

Для аналітичного опису взаємодії класичної корпоративної соціальної відповідальності та корпоративної цифрової відповідальності авторами запропоновано матричну модель інтеграції КСВ–CDR (рис. 2).

По горизонтальній осі моделі відкладено рівень розвитку «класичних» напрямів корпоративної соці-

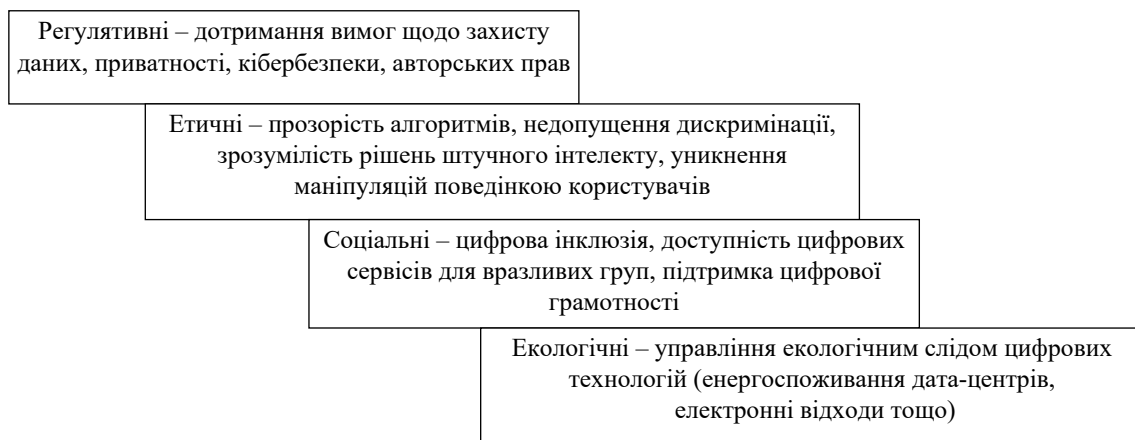


Рис. 1. Ключові виміри корпоративної цифрової відповідальності

Джерело: складено авторами за [5–7]

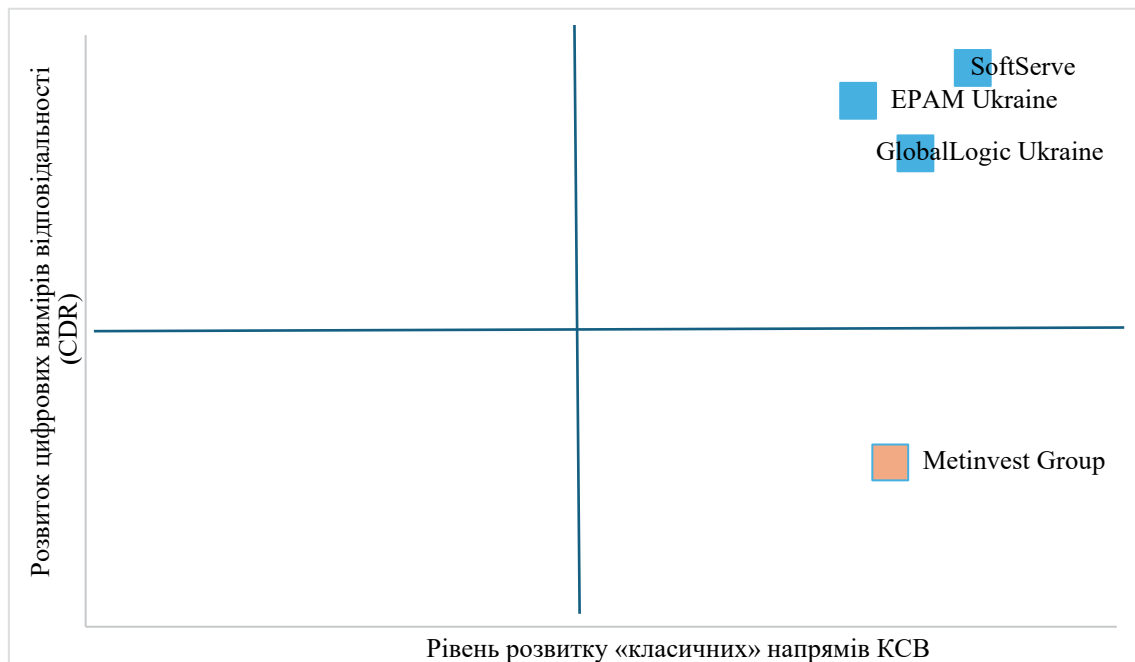


Рис. 2. Модель інтеграції класичної КСВ та корпоративної цифрової відповідальності (CDR) в ІТ-секторі України

Джерело: сформовано авторами

альної відповідальності (філантропія, підтримка громад, освіта, екологія), по вертикальній – розвиток цифрових вимірів відповідальності (захист даних і цифрових прав, цифрова інклюзія, розвиток цифрових компетентностей, кібербезпека). Виділено чотири типові стани: від низького рівня корпоративної соціальної відповідальності та корпоративної цифрової відповідальності до інтегрованої моделі «висока KCB – високий CDR». У правому верхньому квадранті моделі розміщено три найбільші ІТ-компанії України за рейтингом DOU Top 50 – EPAM Ukraine, SoftServe, GlobalLogic Ukraine [8, 16, 21]. Їхні практики поєднують розгорнуті соціальні програми з елементами цифрової відповідальності [11, 14, 22].

У правому нижньому квадранті (висока корпоративна соціальна відповідальність – відносно нижчий рівень корпоративної цифрової відповідальності) умовно розміщено Metinvest Group як приклад великого промислового бізнесу, який реалізує масштабні програми класичної корпоративної соціальної відповідальності, проте цифровий вимір відповідальності у публічному дискурсі виступає переважно як складова внутрішньої цифровізації та інформаційної безпеки, а не як окрема сфера суспільної цифрової відповідальності [9, 18]. Запропонована модель демонструє, що високий рівень класичної корпоративної соціальної відповідальності не гарантує автоматичного високого рівня корпоративної цифрової відповідальності, а ІТ-сектор має потенціал виступати «піонером» інтегрованої моделі KCB–CDR.

ІТ-галузь України за останні роки перетворилася на один із ключових драйверів економічного зростання та цифрової трансформації. Висока частка ІТ-послуг у структурі експорту, зростання зайнятості у сфері інформаційних технологій і формування потужних професійних спільнот зумовлюють посилення суспільної ролі галузі [8, 16, 21]. У цих умовах питання корпоративної соціальної відповідальності ІТ-компаній виходить за межі традиційної філантропії та починає включати інвестиції в людський капітал, розвиток освіти, підтримку громад та участь у вирішенні загальнонаціональних викликів.

На макrorівні результати щорічних досліджень сфери благодійності Zagoriy Foundation свідчать, що волонтерство і благодійність набули рис масової соціальної норми, а корпоративна підтримка сприймається суспільством як очікуваний стандарт поведінки бізнесу [3]. В таких умовах саме ІТ-сектор, для якого цифрові технології є базовим ресурсом, стає природним середовищем для еволюції корпоративної соціальної відповідальності у напрямі моделі KCB–CDR.

Інтеграцію соціальної та цифрової відповідальності розглянемо на прикладі SoftServe – однієї з найбільших ІТ-компаній України та Центрально-Східної Європи. Для SoftServe корпоративна соціальна відповідальність має стратегічний інноваційний характер за усіма вимірами та напрямками: соціальним, патерналістським, освітнім, громадянським, екологічним,

управлінським, цифровим. Важливим інструментом є корпоративний благодійний фонд Open Eyes, що підтримує медичні заклади, громади, освітні інституції та гуманітарні проєкти, зокрема в умовах повномасштабної війни [22]. Громадянський напрям зосереджений на підтримці військових і ветеранів, допомозі внутрішньо переміщеним особам. Програми на кшталт Veterans at SoftServe поєднують перенавчання, менторство, психологічну підтримку та інтеграцію ветеранів у ІТ-сферу, що водночас розвиває людський капітал. Інклюзивний вимір реалізується через програми EmpowerU, спрямовані на розширення доступу до ІТ-освіти для соціально вразливих категорій населення. Цифровий вимір відповідальності втілюється у проєктах pro bono (OpenTech), де фахівці компанії створюють цифрові рішення для неприбуткових організацій, освітніх та реабілітаційних ініціатив [22].

Інтеграцію гуманітарної, освітньої та цифрової відповідальності демонструє також глобальна ІТ-компанія EPAM Ukraine. Від початку повномасштабної агресії компанія розгорнула масштабні програми підтримки працівників, їхніх сімей та постраждалих громад: евакуація, тимчасове розміщення, фінансова допомога, психологічний супровід, постачання медичного обладнання та гуманітарних вантажів [11]. Освітній вимір корпоративної соціальної відповідальності EPAM реалізується через довгострокові програми співпраці з університетами, оновлення навчальних планів, підтримку лабораторій, освітніх курсів і тренінгів, передання техніки та програмного забезпечення закладам освіти [11, 14]. Цифровий компонент проявляється у розробці рішень для гуманітарних організацій, освітніх платформ, сервісів координації допомоги, а також участі у ініціативах, пов'язаних із кібербезпекою та стійкістю цифрової інфраструктури.

ІТ-компанія GlobalLogic Ukraine як один із трьох найбільших гравців ІТ-ринку України [8] активно впливає на ринок праці, систему ІТ-освіти та локальні спільноти. Корпоративна соціальна відповідальність GlobalLogic структурована навколо освіти, підтримки громад, ініціатив для жінок в ІТ, екологічних проєктів і розвитку волонтерства. Компанія підтримує освітні й екологічні програми, мистецькі ініціативи, заохочує участь працівників у волонтерстві [14]. З початком повномасштабної агресії РФ проти України GlobalLogic розгорнула програми фінансової та організаційної підтримки співробітників, їхніх сімей та локальних громад, а також бере участь у гуманітарних проєктах і допомозі Збройним силам України [14]. Окремий вимір – освітні ініціативи та дуальні програми спільно з університетами, що включають модернізацію лабораторної бази, менторські програми, практичну підготовку студентів [8, 14].

Таким чином, інноваційні практики розглянутих ІТ-компаній (табл. 1) демонструють сучасну модель, яка інтегрує класичну корпоративну соціальну відповідальність з елементами корпоративної цифрової відповідальності.

Таблиця 1

Основні напрями реалізації КСВ та CDR у провідних ІТ-компаніях України

Компанія	Освіта та розвиток людського капіталу	Підтримка ЗСУ та безпековий вимір	Підтримка громад та гуманітарні ініціативи	Інклюзія, робота з вразливими групами	Розвиток жінок в ІТ / гендерна рівність	Цифрова інклюзія та цифрова грамотність	Pro bono рішення	Екологічна відповідальність та «зелені» ініціативи
SoftServe	+++	++	+++	+++	++	+++	+++	++
EPAM Ukraine	+++	+++	+++	++	++	++	++	+
GlobalLogic Ukraine	+++	++	++	++	++	++	+	+

Примітка. «+++» – стратегічний, системний напрям КСВ / CDR, представлений широким спектром програм; «++» – регулярні, структуровані ініціативи; «+» – поодинокі або менш розгорнуті проекти в межах відповідного напрямку.

Порівняльний аналіз кейсів SoftServe, EPAM Ukraine та GlobalLogic Ukraine дає змогу виявити низку спільних рис, які є показовими для трансформації корпоративної соціальної відповідальності в ІТ-секторі України. Усі три компанії демонструють перехід від переважно філантропічних практик до інноваційної, стратегічної, інтегрованої корпоративної соціальної відповідальності, що є складовою бізнес-моделі. Для них характерне поєднання гуманітарної й цифрової відповідальності, розширення кола стейкхолдерів, зростання ролі освіти, інклюзії та підтримки вразливих груп. Інноваційні практики цих компаній свідчать про емпіричне наближення до моделі корпоративної цифрової відповідальності, навіть якщо відповідний термін не завжди чітко фіксується в корпоративних документах.

Український контекст формує специфічний безпековий вимір інтеграції корпоративної соціальної та цифрової відповідальності. SoftServe, EPAM Ukraine та GlobalLogic Ukraine реалізують програми підтримки Збройних сил України, постраждалих громад, ветеранів і їхніх родин, забезпечують стійкість цифрової інфраструктури, сприяють відновленню людського капіталу та психологічній реабілітації. Отже, ІТ-сектор України виступає важливим середовищем природної еволюції від класичних моделей корпоративної соціальної відповідальності до інтегрованої моделі КСВ–CDR, що поєднує соціальний, економічний, цифровий та безпековий виміри корпоративної відповідальності.

Висновки. Класична теорія корпоративної соціальної відповідальності, сформована на основі індустріальної парадигми, забезпечила фундамент для розуміння ролі бізнесу в суспільстві, однак в умовах цифрової економіки виявляє низку суттєвих обмежень. Вона недостатньо враховує ключову роль даних та цифрових прав людини, специфіку платформених і мережевих бізнес-моделей, нові форми стейкхолдерських відносин у цифровому середовищі, безпековий і кібербезпековий виміри відповідальності бізнесу. Критичний аналіз засвідчив, що класичні моделі корпоративної соціальної відповідальності (shareholder-, stakeholder-підходи, піраміда А. Керола) не слід відки-

дати, проте їх необхідно доповнити концепцією корпоративної цифрової відповідальності, яка інтегрує регулятивний, етичний, соціальний та екологічний виміри використання цифрових технологій і даних.

Запропонована концептуальна модель інтеграції КСВ–CDR дозволяє позиціонувати компанії за двома вимірами: рівень розвитку «класичних» напрямів корпоративної соціальної відповідальності та цифровий вимір відповідальності. Апробація моделі на прикладі трьох найбільших ІТ-компаній України (EPAM Ukraine, SoftServe, GlobalLogic Ukraine) та порівняльному прикладі Metinvest Group виявила секторальні відмінності: в ІТ-секторі інтеграція корпоративної соціальної та цифрової відповідальності є більш повною, тоді як у традиційній промисловості домінує класична корпоративна соціальна відповідальність за відносно меншого розвитку корпоративної цифрової відповідальності.

Емпіричний аналіз практик корпоративної соціальної відповідальності у провідних ІТ-компаніях України засвідчив, що вони є лідерами впровадження як традиційних інструментів (філантропія, підтримка освіти, медицини, громад, допомога сектору безпеки і оборони), так і інноваційних елементів корпоративної цифрової відповідальності (інклюзивні цифрові продукти, підтримка цифрової грамотності, дуальна освіта, участь у розбудові цифрової інфраструктури, кібербезпека). Воєнний контекст надає корпоративній соціальній відповідальності нових змістових акцентів, пов'язаних із національною безпекою, захистом населення, збереженням та відновленням людського капіталу.

Запропонований матричний інструментарій аналізу напрямів корпоративної соціальної та цифрової відповідальності дозволяє порівняти інтенсивність і структурну збалансованість портфеля соціальних і цифрових ініціатив у трьох найбільших ІТ-компаніях України та показати, що саме освітні ініціативи, підтримка громад, безпековий вимір і цифрова інклюзія формують ядро інтегрованої моделі КСВ–CDR.

Перспективними напрямами подальших досліджень є розробка інтегрованих теоретичних моделей, що поєднують корпоративну соціальну та цифрову від-

повідальність у єдину концептуальну рамку; формування системи індикаторів оцінки рівня корпоративної цифрової відповідальності; кількісна оцінка впливу практик корпоративної соціальної та цифрової відпо-

відальності на стійкість і конкурентоспроможність ІТ-компаній; порівняльний аналіз реалізації корпоративної цифрової відповідальності в ІТ-секторі України та інших країн, а також в інших галузях економіки.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бобровська О. Ю., Шумік І. В. Корпоративне управління соціальним розвитком територіальних громад : монографія / Нац. акад. держ. упр. при Президенті України, ДРІДУ НАДУ. Дніпро : ДРІДУ НАДУ, 2014. 170 с. URL: <https://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/5965>
2. Зінченко А. Г., Саприкіна М. А. Корпоративна соціальна відповідальність 2005–2010: стан та перспективи розвитку : аналіт. звіт. Київ : Фарбований лист, 2010. 56 с. URL: https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2010/12/csr_2005-2010_ukr.pdf
3. Zagoriy Foundation. Дослідження – аналітика сфери благодійності в Україні: офіц. сайт. 2019–2024. URL: <https://zagoriy.foundation/doslidzhennya/>
4. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Економічна теорія*. 2013. № 4. С. 5–26. URL: https://jnas.nbuv.gov.ua/uk/article/UJRN-ecte_2013_4_2
5. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу під час війни. Досвід Leobit. Львівський ІТ Кластер. 18.07.2024. URL: <https://itcluster.lviv.ua/uk/corporate-social-responsibility-of-business-during-the-war-experience-of-leobit/>
6. Ліпич Л., Кушнір М., Хілуха О. Корпоративна цифрова відповідальність як етичний орієнтир цифровізації медіа-підприємств. *Економічний журнал Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2025. № 2 (42). С. 155–163. URL: <https://ejournal.vnu.edu.ua/index.php/econ/article/view/2345>
7. Новікова О. Ф., Дейч М. С., Панькова О. В. та ін. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки) : монографія / НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Донецьк, 2013. 296 с. URL: <https://library.nusta.edu.ua/handle/123456789/514>
8. ТОП-50 найбільших ІТ-компаній України. DOU.ua : рейтинг. 2025. URL: <https://jobs.dou.ua/top50/>
9. Business and Human Rights in Ukraine: Accelerating Sustainable and Equitable Development through Implementation of the UN Guiding Principles on Business and Human Rights : Analytical Study. Kyiv : UNDP, 2022. 92 p. URL: <https://www.undp.org/ukraine/publications/business-and-human-rights-ukraine>
10. Carroll A. B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*. 1991. Vol. 34, № 4. P. 39–48. URL: <https://sciencedirect.com/science/article/pii/000768139190005G>
11. EPAM Systems. Supporting Ukraine with Humanitarian Aid. EPAM.com – Support Ukraine. 2022. URL: <https://epam.com/support-ukraine>
12. Freeman R. E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston : Pitman, 1984. 276 p. URL: https://books.google.com/books?id=NpmA_qEiOpkC
13. Friedman M. The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. *The New York Times Magazine*. 1970. 13 Sept. P. 122–126. URL: <https://yieldpro.com/pdf/infographics/2024/0910/friedman.pdf>
14. GlobalLogic Ukraine. GlobalLogic Education. GlobalLogic.com.ua. Education. 2020. URL: <https://www.globallogic.com/ua/gl-education/>
15. Halushka Z., Hruntkovskyi V. Social Responsibility as a Factor in the Competitiveness of Ukrainian Business. *Bulletin of Taras Shevchenko Kyiv National University*. 2011. № 124–125. P. 43–45. URL: http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2016/01/124_13.pdf
16. IT Ukraine Association. Annual Report of the Association “IT Ukraine” 2023. Kyiv, 2023. 52 p. URL: <https://itukraine.org.ua/en/report/annual-report-of-the-association-it-ukraine/>
17. Lobschat L., Mueller B., Eggers F., Brandimarte L., Diefenbach S., Kroschke M., Wirtz J. Corporate Digital Responsibility. *Journal of Business Research*. 2021. Vol. 122. P. 875–888. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.006>
18. Metinvest. Social Responsibility. Metinvestholding.com – Responsibility. – 2024. URL: <https://metinvestholding.com/en/responsibility>
19. Mueller B. Corporate Digital Responsibility. *Business & Information Systems Engineering*. 2022. Vol. 64, № 5. P. 689–700. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12599-022-00760-0>
20. Porter M. E., Kramer M. R. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*. 2006. Vol. 84, № 12. P. 78–92. URL: <https://hbr.org/2006/12/strategy-and-society-the-link-between-competitive-advantage-and-corporate-social-responsibility>
21. Prokhorova V. V., Diachenko K. S., Babichev A. V. The IT Industry as a Driver of the Strategic Development of Ukraine's Economy in the Context of Digital Transformation. *Problems of the Economy*. 2023. № 1 (55). P. 65–73. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-1-65-73>
22. SoftServe. Open Eyes Charity Fund – Empowering Communities. SoftServe – Corporate Social Responsibility. 2023–2024. URL: <https://www.softserveinc.com/en-us/corporate-social-responsibility/empowering-communities>
23. van der Merwe J., Al Achkar Z. Data Responsibility, Corporate Social Responsibility, and Corporate Digital Responsibility. *Data & Policy*. 2022. Vol. 4. e12. DOI: <https://doi.org/10.1017/dap.2022.10>

REFERENCES

1. Bobrovska O. Yu. & Shumik I. V. (2014). *Corporate Management of the Social Development of Territorial Communities: Monograph* / National Academy for Public Administration under the President of Ukraine, Dnipropetrovsk Regional Institute of Public Administration. Dnipro: DRIPA. 170 p. Available at: <https://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/5965>

2. Zinchenko A. H. & Saprykina M. A. (2010). *Corporate Social Responsibility 2005–2010: State and Prospects of Development: Analytical Report*. Kyiv: Farbovanyi Lyst. 56 p. Available at: https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2010/12/csr_2005-2010_ukr.pdf
3. Zagoriy Foundation. (2019–2024). *Research – Analytics of the Charity Sector in Ukraine: Official Website*. Available at: <https://zagoriy.foundation/doslidzhennya/>
4. Kolot A. M. (2013). Corporate Social Responsibility: Evolution and Development of Theoretical Views. *Ekonomichna Teoriya (Economic Theory)*, no. (4), pp. 5–26. Available at: https://jnas.nbuv.gov.ua/uk/article/UJRN-ecte_2013_4_2
5. Corporate Social Responsibility of Business During the War: The Experience of Leobit. (2024, July 18). Lviv IT Cluster. Available at: <https://itcluster.lviv.ua/uk/corporate-social-responsibility-of-business-during-the-war-experience-of-leobit/>
6. Lypych L., Kushnir M. & Khilukha O. (2025). Corporate Digital Responsibility as an Ethical Guideline for the Digitalization of Media Enterprises. *Economic Journal of Lesya Ukrainka Volyn National University*, no. 2(42), pp. 155–163. Available at: <https://ejournal.vnu.edu.ua/index.php/econ/article/view/2345>
7. Novikova O. F., Deich M. Ye., Pankova O. V. et al. (2013). *Diagnostics of the State and Prospects of Development of Social Responsibility in Ukraine (Expert Assessments): Monograph* / National Academy of Sciences of Ukraine, Institute of Industrial Economics. Donetsk. 296 p. Available at: <https://library.nusta.edu.ua/handle/123456789/514>
8. TOP 50 Largest IT Companies of Ukraine. (2025). *DOU.ua: Ranking*. Available at: <https://jobs.dou.ua/top50/>
9. *Business and Human Rights in Ukraine: Accelerating Sustainable and Equitable Development through Implementation of the UN Guiding Principles on Business and Human Rights: Analytical Study*. (2022). Kyiv: UNDP. 92 p. Available at: <https://www.undp.org/ukraine/publications/business-and-human-rights-ukraine>
10. Carroll A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, no. 34(4), pp. 39–48. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/000768139190005G>
11. EPAM Systems. (2022). *Supporting Ukraine with Humanitarian Aid*. EPAM.com – Support Ukraine. Available at: <https://www.epam.com/support-ukraine>
12. Freeman R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman. 276 p. Available at: https://books.google.com/books?id=NpmA_qEiOpkC
13. Friedman M. (1970). The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. *The New York Times Magazine*, 13 September, pp. 122–126. Available at: <https://yieldpro.com/pdf/infographics/2024/0910/friedman.pdf>
14. GlobalLogic Ukraine. (2020). *GlobalLogic Education*. GlobalLogic.com/ua – Education. Available at: <https://globallogic.com/ua/gl-education/>
15. Halushka Z. & Hruntkovskyi V. (2011). Social Responsibility as a Factor in the Competitiveness of Ukrainian Business. *Bulletin of Taras Shevchenko Kyiv National University*, no. 124–125, pp. 43–45. Available at: http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2016/01/124_13.pdf
16. IT Ukraine Association. (2023). *Annual Report of the Association “IT Ukraine” 2023*. Kyiv. 52 p. Available at: <https://itukraine.org.ua/en/report/annual-report-of-the-association-it-ukraine/>
17. Lobschat L., Mueller B., Eggers F., Brandimarte L., Diefenbach S., Kroschke M. & Wirtz J. (2021). Corporate Digital Responsibility. *Journal of Business Research*, no. 122, pp. 875–888. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.006>
18. Metinvest. (2024). *Social Responsibility*. Metinvestholding.com Responsibility. Available at: <https://metinvestholding.com/en/responsibility>
19. Mueller B. (2022). Corporate Digital Responsibility. *Business & Information Systems Engineering*, no. 64(5), pp. 689–700. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12599-022-00760-0>
20. Porter M. E. & Kramer M. R. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, no. 84(12), pp. 78–92. Available at: <https://hbr.org/2006/12/strategy-and-society-the-link-between-competitive-advantage-and-corporate-social-responsibility>
21. Prokhorova V. V., Diachenko K. S. & Babichev A. V. (2023). The IT Industry as a Driver of the Strategic Development of Ukraine's Economy in the Context of Digital Transformation. *Problems of the Economy*, no. (1(55)), pp. 65–73. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-1-65-73>
22. SoftServe. (2023–2024). *Open Eyes Charity Fund – Empowering Communities*. SoftServe – Corporate Social Responsibility. Available at: <https://www.softserveinc.com/en-us/corporate-social-responsibility/empowering-communities>
23. van der Merwe J. & Al Achkar Z. (2022). Data Responsibility, Corporate Social Responsibility, and Corporate Digital Responsibility. *Data & Policy*, no. 4, e12. DOI: <https://doi.org/10.1017/dap.2022.10>

Стаття надійшла: 19.11.2025

Стаття прийнята: 02.12.2025

Стаття опублікована: 26.12.2025