

JEL: M10, M11, M14, J53, L14, N14

DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2025-1-2>

Ростислав Володимирович ТУЛЬЧИНСЬКИЙ,

доктор економічних наук, професор,

Заклад вищої освіти «Міжнародний науково-технічний університет

імені академіка Юрія Бугая»

ORCID ID: [0000-0003-1605-1403](https://orcid.org/0000-0003-1605-1403)

ЕВОЛЮЦІЯ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Статтю присвячено формуванню корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в економіці України. Автор наголошує на важливості розробок з виявлення історичних коренів соціальних ініціатив бізнесу в українській господарчій культурі. Метою статті є ретроспективний аналіз формування моделі соціальної відповідальності вітчизняного підприємництва другої половини XIX – початку XX століття; відображення історико-еволюційного аспекту в становленні сучасного інституту корпоративної соціальної відповідальності підприємств. Розкрито історичні умови розвитку підприємницького середовища в період першої хвилі ринкових перетворень. Досліджено питання доброчинності в аспекті розвитку моделі вітчизняної соціальної відповідальності підприємництва на прикладі діяльності українських цукрозаводчиків.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, бізнес, підприємництво, підприємець, підприємство, управління, ринкові відносини, економічні традиції України, історико-економічний досвід, господарська система, економічна спадщина.

Rostyslav TULCHYNSKYI,

Doctor of economic sciences, Professor,

Higher education institution «Academician Yuriy Bugay

International Scientific and Technical University»

EVOLUTION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY FORMATION

Globalization has made business limitless, which has led to the awareness of the concept of corporate social responsibility. An entrepreneur who focuses only on increasing profits, does not care about ecology and

social justice, faces legal problems and is likely to lose customers. Therefore, in today's realities, when entrepreneurship affects various aspects of people's lives and life on the planet as a whole, the topic of corporate social responsibility is relevant.

Despite numerous studies in the field of corporate social responsibility, the problem of the formation of the phenomenon of social responsibility through the prism of its historical sources has hardly been considered in scientific literature as an object of special historical and economic research.

The purpose of the article is a retrospective analysis of the formation of the model of social responsibility of domestic entrepreneurship in the second half of the 19th – early 20th centuries; reflection of the historical and evolutionary aspect in the formation of the modern institute of corporate social responsibility of enterprises. The methodological basis of our research was general scientific and specific methods of cognition, which determines the conceptual unity of the work.

The article is devoted to the formation of social responsibility of business in the economy of Ukraine, focusing on its national traditions. The historical conditions and features of the formation of the model of social responsibility of entrepreneurship are highlighted and a comparative analysis of the development trends of the domestic and Western European business environment is conducted.

The article examines the issues of charity and patronage through the prism of the development of the model of domestic social responsibility of entrepreneurship using the example of the activities of Ukrainian sugar producers, namely the Yakhnenko and Symyrenko families.

The practical value of this article lies in the fact that only relying on its own economic heritage, taking into account the domestic specifics, Ukraine should create its own effective models and technologies of social responsibility of entrepreneurship that do not contradict the nature of national culture.

Keywords: corporate social responsibility, business, entrepreneurship, entrepreneur, enterprise, management, market relations, economic traditions of Ukraine, historical and economic experience, economic system, economic heritage.

Постановка проблеми. Сучасні процеси формування національної економіки потребують не лише розвитку високотехнологічного виробництва та забезпечення високої прибутковості бізнесу, актуальними завданнями є також становлення інституційних механізмів

взаємодії підприємницького середовища і місцевих громад, співпраці уряду та ділової еліти у вирішенні суспільно-економічних проблем. Нинішні стрімкі соціально-економічні та політичні зміни обумовили необхідність посилення традицій соціальної відповідальності в господарській культурі України на засадах законності, гуманності, гласності, добровільності та самоврядування. Саме тому наразі актуалізується проблема винайдення шляхів оптимізації удосконалення та функціонування інструментів соціальної відповідальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різним аспектам корпоративної соціальної відповідальності присвячено праці таких вітчизняних та закордонних науковців, як Р. Барт, Г. Боуен, Д. Віндзор, Л. Грицина, О. Грішнова, К. Девіс, А. Керол, А. Колот, Ф. Котлер, В. Харчук, Л. Чернобай, О. Кудласевич та Н. Супрун.

Так, О. Овечкіна, В. Храпкіна, О. Маслош, М. Рябуха присвятили своє дослідження основним теоретичним питанням вибору українськими підприємствами ринкової моделі корпоративної соціальної відповідальності [2].

Н. Супрун [6] приділила увагу засадам корпоративної соціальної відповідальності як фактора збалансованого соціально-економічного розвитку та зростання конкурентоспроможності підприємницького та суспільного секторів. Дослідила перспективи модернізації інституційного середовища та зміни стратегічних пріоритетів соціального розвитку України в контексті євроінтеграційного процесу.

У свою чергу С. Сардак, К. Гасленко [4] розкрили у своїх роботах питання внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності, її прояви, принципи, зміст заходів щодо її реалізації. Вчені проаналізували практику здійснення внутрішньокорпоративної соціальної відповідальності на прикладі українського бізнесу. Визначили основні тенденції і проблеми запровадження внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Вітчизняна дослідниця О. Кудласевич у монографії «Українські джерела теорії підприємництва», узагальнюючи внесок представників української економічної думки другої половини XIX – початку XX ст. у формування концептуальних засад теорії підприємництва, розкрила не лише теоретичну спадщину вітчизняних науковців щодо соціального значення підприємця, але й показала їх практичну роль у системі соціальних відносин [1, С. 145 – 167].

Проте проблема становлення моделі соціальної відповідальності підприємництва на теренах України другої половини XIX – початку XX ст.,

як віддзеркалення традицій у розвитку сучасного інституту корпоративної соціальної відповідальності бізнесу, носить фрагментарний характер, що й обумовило необхідність проведення подальших досліджень у цьому напрямі.

Метою статті є ретроспективний аналіз формування моделі соціальної відповідальності вітчизняного підприємництва другої половини XIX – початку XX ст.; відображення історико-еволюційного аспекту в становленні сучасного інституту корпоративної соціальної відповідальності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Упродовж 1861 – 1917 рр. господарська система українських земель, які на той час входили до складу Російської імперії, розвивалася на ринкових засадах. Протягом цього періоду країна зазнала кардинальних змін, промислова революція дозволила в історично короткий проміжок часу здійснити стрибок далеко вперед шляхом модернізації. Напередодні першої світової війни столипінська аграрна реформа знівелювала диспропорції між інтенсивністю промислового та сільськогосподарського розвитку, завдяки чому Російська імперія здатна була здійснити економічний прорив, аналогічний зі стрімким індустріальним зростанням США другої половини XIX ст.

До часів більшовицького перевороту (1917 р.) представники промислових кіл суспільства аж ніяк не вичерпали свого історичного потенціалу, й вітчизняні промисловці, завдяки яким відбувся індустріальний прогрес, на початку XX ст. являли собою освічений, за світовими стандартами, професійно підготовлений соціальний прошарок.

На теренах України з другої половини XIX ст. через істотні зміни в соціально-економічному житті спостерігалось піднесення соціальних ініціатив бізнесу (добročинності, благодійності та меценатства), що характеризувалося підвищенням соціальної активності, різноманітністю організаційних форм і напрямів застосування, соціальним пріоритетом та власними бажаннями добročинців. Особливо це стосувалося нової активної сили суспільства – підприємців. Благодійництво на теренах України як соціальне явище помітно відрізнялося від західноєвропейського. На формування його специфічних рис істотно вплинула панівна ідеологія абсолютизму. На відміну від Західної Європи, на території підросійської України не відбулось моральної реабілітації багатства, що позначилося на мотивації благодійницьких практик та генезі благодійницької ментальності різних соціальних верств, зокрема підприємців, промисловців та купців. Благодійна

діяльність в Російській імперії, на відміну від західноєвропейських країн, де з XVII ст. існувало її законодавче забезпечення, базувалася лише на морально-етичних принципах. Купецтво вийшло на передній план суспільного життя лише у другій половині XIX ст. і не посіло в суспільстві позицій, що вибороли підприємці Західної Європи ще за часів Відродження, потіснивши аристократію на другий план.

Специфіка історико-культурного розвитку України зумовила формування національних традицій благодійної діяльності (заклавши основи майбутньої моделі соціальної відповідальності), позначених своєрідністю, унікальністю щодо західноєвропейських та національних. Врахування цих традиційних практик і цінностей сприяло створенню необхідних передумов вибору національних соціокультурних стратегій.

Представники торгово-промислового капіталу, володіючи величезними коштами, рухали не тільки економічний прогрес, а й активно впливали на суспільне життя як почесні члени добродійних товариств, попечителі училищ, гімназій, лікарень, притулків тощо, були фундаторами філантропічних, лікувальних, освітніх та культурних закладів. Так вони поступово долучалися до розвитку добродійності, будучи зацікавленими, у першу чергу, в створенні стабільного соціального середовища для розширення власної справи.

Мотивація добродійності купців і промисловців була пов'язана не лише з підвищенням економічної ролі верстви, становищем її в соціальній структурі суспільства, її самоорганізацією та самоідентифікацією, а й властивими рисами світогляду, духовно-психологічним складом підприємців.

Показовим історичним прикладом формування моделі соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу є становлення підприємництва у другій половині XIX – на початку XX ст., зокрема у галузі українського цукроваріння, де знаними добродійцями стали представники родин Яхненків та Смиренків. Підприємницький інтерес членів родини переплітався з благодійністю, культурною, духовною і національною діяльністю.

У 30-ті рр. XIX ст. торговий дім «Брати Яхненки-Смиренки» протягом кількох місяців надавав борошно та інші продукти харчування 10 тис. нужденним, які з різних куточків України приходили до млина на «Яхнову дамбу». Під час Кримської кампанії фірма надала допомогу сумою в 10 тис. руб. постраждалим від війни. Підприємці постійно жертвували на різні церковні справи, допомагали бідним тощо. Навіть

у дуже скрутні для фірми часи її фундатори фінансово підтримували «Київське товариство для допомоги бідним», яке станом на 1 січня 1879 р. мало від Торгового дому Яхненків-Симиренків дві тратти на 10 002 руб. 22 коп. [7].

Керівники фірми долучалися до розвитку національної культури, зокрема виступали за навчання дітей рідною мовою, фінансували видання літератури та підручників українською мовою. Вони були одними з засновників журналів «Киевская Старина», «Україна» видавництва «Вік» та «Літературного товариства ім. Т. Г. Шевченка» (1873 р.), яке згодом стало неофіційною українською Академією наук. За їх активної підтримки у 1860 р. і вийшов у світ «Кобзар» Тараса Григоровича Шевченка. Василь Симиренко надавав постійну матеріальну допомогу українській національній партії – ТУП, оплачував дефіцит журналу «Киевская Старина», виділяв кошти на утримання газет «Громадська думка», «Рада», «Літературно-науковий вісник». До інституцій, які були вдячні Симиренкові, належали: українська «Родина», під егідою якої збиралися представники інтелігенції, «Товариство допомоги літературній науці» [8]. На кошти підприємця видавалися твори Ольги Кобилянської, Павла Чубинського, Михайла Драгоманова, Михайла Коцюбинського. 10% своїх мільйонних прибутків В. Симиренко віддавав на розвиток української культури та літератури. Задля популяризації України в західному світі В. Симиренко передав кошти на організацію журналів німецькою мовою – «Rutenische Rewue» і «Ukrainische Rundschau» [8]. Згідно з заповітом Василя Федоровича Симиренка усе майно, що оцінювалося у 10 мільйонів руб., після смерті його дружини мало піти на потреби української культури.

Щиро мотивована благодійність набувала потужного соціального ефекту. Загострення багатьох проблем у пореформеному суспільстві, що були викликані розвитком ринкових відносин, породило бажання підприємців самостійно пом'якшувати їх, усвідомлюючи свою важливу роль в суспільному поступі на гуманістичних та культурно-освітніх засадах.

Доброчинна діяльність вітчизняних підприємців другої половини XIX – початку XX ст. була важливою складовою суспільного життя, хоча вона звичайно не могла подолати усі проблеми в освітній, соціальній та культурній сфері власноруч, без підтримки держави. Розвиваючись в умовах імперської влади, перебуваючи під контролем відповідних владних структур, які нерідко ініціювали заснування тієї чи іншої організації й здійснювали її фінансування, підприємці, що займалися

благодібною діяльністю, змушені були підпорядковуватися вимогам, які встановлювала держава.

Підприємців шанували не лише за вміння організовувати й вести успішну господарську діяльність, але й за те, що власні підприємницькі успіхи вони повертали на користь людям, на розвиток громадського суспільства, для слави своєї Батьківщини [1].

Таким чином, знеславлений стан в першій половині XIX ст. нечисленних підприємців у підросійській Україні, основу яких становило купецтво, в пореформений період посилив свою економічну й суспільну роль, потужно означив виступ на громадську й культурно-освітню арену. В цей час багато представників українських підприємницьких кіл намагалися сприйняти європейський стиль життя, підвищували свій освітній рівень, займалися доброчинністю, що сприяло виробленню нової системи соціокультурних цінностей в їхньому середовищі. Втім, навіть на початку XX ст., культурні ознаки промислової верстви тільки починали набувати своїх сталих рис.

Аналіз основних тенденцій і пріоритетів розбудови національної моделі корпоративної соціальної відповідальності повинно ґрунтуватися на виявленні еволюційних джерел цього інституту в українській історії. У вітчизняній науковій літературі XIX – початку XX ст. (зокрема у працях М. Бунге, М. Туган-Барановського, І. Тарасова та ін.) етика бізнесу та його соціальна спрямованість розглядалися як важливі складові стабільного розвитку суспільства загалом [3; 5, С. 23]. У складних умовах інституційних трансформацій, пов'язаних із становленням ринкового середовища, в яких держава виявилася неспроможною забезпечити мінімальні соціальні стандарти для більшості категорій населення, благодіяльність розглядалася українськими вченими як основа задоволення елементарних потреб знедолених прошарків суспільства і своєрідний механізм нівелювання соціально-економічних суперечностей у суспільстві. Дослідження та популяризація традиційних для вітчизняного соціокультурного середовища форм соціальної відповідальності та сформованих українськими вченими відповідних наукових концепцій можуть стати важливим інституційним підґрунтям для формування сучасної форми економічного солідаризму в Україні.

Висновки та пропозиції. Проведене історико-економічне дослідження деяких аспектів розвитку моделі корпоративної соціальної відповідальності підтверджує, що прибуток не завжди виступає головною метою і стимулом підприємницької діяльності. Одним з головних мотивів діяльності підприємця є забезпечення стабільності розвитку своєї справи, а також здобуття авторитету в суспільстві.

Соціальні ініціативи підприємця гарантують забезпечення потреб як власних, так і опосередковано суспільних, про що яскраво свідчать приклади з історії України другої половини XIX – початку XX ст.

Зважаючи на власний історичний досвід, враховуючи українську етнокультурну і цивілізаційну специфіку, слід створювати власні ефективні моделі й технології соціальної відповідальності, які не суперечать природі національної культури. Наразі, коли вітчизняне підприємництво набуває поширення, представникам українських бізнес-кіл слушно долучитися до досвіду своїх попередників не лише у традиції ведення бізнесу, а й у активній соціальній відповідальності щодо суспільства. Саме таке небайдуже ставлення дасть можливість розв'язати нагальні соціальні питання, пришвидшити розвиток культури, мистецтва, науки, просвітництва. Долучитися до формування суспільно-відповідального типу поведінки в суспільстві необхідно й українській владі і за допомогою економічних важелів зробити соціальну відповідальність справою вигідною та престижною.

© **Тульчинський Р.В., 2025**

ЛІТЕРАТУРА

1. Кудласевич О.М. Українські джерела теорії підприємництва. Київ: Інститут економіки та прогнозування НАН України, 2014. 256 с.
2. Овечкіна О.А., Храпкіна В.В., Маслош О.В., Рябуха М.А. Соціальна відповідальність – феномен соціоекономічних процесів: сучасний історико-концептуальний аспект. *Актуальні проблеми економіки*. 2023. № 3 (261). С. 16 – 24.
3. Садеков А.А. Ідеї М.І. Туган-Барановського й еволюція концепції відповідального підприємництва. Михайло Іванович Туган-Барановський: особистість, творча спадщина і сучасність. Донецьк: Каштан. 2007.
4. Сардак С.Е., Гасленко К.С. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність підприємства: теоретичні та практичні аспекти. *Економіка і суспільство*. 2017. Випуск 12. С. 342 – 347.
5. Супрун Н.А. Еволюція вітчизняної моделі корпоративного управління. К.: КНЕУ, 2009. 270 с.
6. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник соціального залучення (в контексті цілей стратегії «Єurore-2020»). *Український соціум*. 2013. № 2. С. 163 – 176.
7. ЦДІА України у Києві. Ф. 442, оп. 533, спр. 205, арк. 34 зв.
8. Чикаленко Є. Спогади: 1861 – 1907. Ч. 3. Львів, 1926. 126 с.

REFERENCES

1. Kudlasevych O.M. (2014). *Ukrains'ki dzhherela teorii pidpriemnytstva* [Ukrainian sources of entrepreneurship theory], Kyiv: Instytut ekonomiky ta prohnozuvannia NAN Ukrainy.
2. Oviechkina O.A., Khrapkina V.V., Maslosh O.V., Riabukha M.A. (2023). *Sotsial'na vidpovidal'nist' – fenomen sotsioekonomichnykh protsesiv: suchasnyj istoryko-kontseptual'nyj aspekt* [Social responsibility is a phenomenon of socio-economic processes: a modern historical and conceptual aspect]. *Aktual'ni problemy ekonomiky – Current economic problems*. No. 3(261). Pp. 16 – 24.
3. Sadiakov A.A. (2007). *Idei M.I.Tuhan-Baranovs'koho j evoliutsiia kontseptsii vidpovidal'noho pidpriemnytstva. Mykhajlo Ivanovykh Tuhan-Baranovs'kyj: osobystist', tvorcha spadshchyna i suchasnist'*; [Tugan-Baranovsky and the evolution of the concept of responsible entrepreneurship. Mykhailo Ivanovich Tugan-Baranovsky: personality, creative heritage and modernity], Donets'k: Kashtan.
4. Sardak S., Haslenko K. (2017) *Vnutrishnya korporatyvna sotsialna vidpovidalnist pidpryyemstva: teoretychni ta praktychni aspekty* [Internal Corporate Social Responsibility of Enterprises: Theoretical and Practical Aspects]. *Ekonomika i suspilstvo – Economy and society*. Vol. 12. Pp. 342 – 347.
5. Suprun N.A. (2009). *Evoliutsiia vitchyznianoj modeli korporatyvnoho upravlinnia* [Evolution of the domestic corporate governance model], K.: KNEU.
6. Suprun N.A. (2013). *Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist' iak chynnyk sotsial'noho zaluchennia (v konteksti tsilej stratehii «Europe-2020»)* [Corporate social responsibility as a factor of social inclusion (in the context of the goals of the Europe 2020 strategy)]. *Ukrains'kyj sotsium—Ukrainian society*. No. 2. Pp. 163 – 176.
7. TsDIA Ukrainy u Kyievi. F. 442, op. 533, spr. 205, ark. 34 zv.
8. Chykalenko Ye. (1926). *Spohady: 1861-1907* [Memoirs: 1861 – 1907]. Chastyna 3. L'viv.

СТАТТЯ НАДІЙШЛА ДО РЕДАКЦІЇ 06.03.25