

DOI 10.26886/2311-4517.6(105)2025.2

УДК: 658.012:005.35 / 331.101:005.35

**ОГЛЯД ЕМПІРИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ КОРПОРАТИВНОЇ
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ СУЧАСНИХ
МІЖНАРОДНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ)**

Оксана Стефанишин, кандидат економічних наук

<https://orcid.org/0000-0002-1857-4569>

e-mail: 2905sob1971@gmail.com

Львівський інститут Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналом», Україна, Львів

Галина Ривко, магістрантка спеціальності менеджмент

Львівський інститут Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналом», Україна, Львів

У статті узагальнено сучасні міжнародні дослідження щодо впливу фінансових показників і нематеріальних ресурсів на корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) підприємств. Проаналізовано результати двох емпіричних досліджень, що охоплюють мультиконтинентальні вибірки та компанії, котрі котируються на біржах. Виявлено, що фінансова спроможність не завжди визначає активність КСВ, тоді як розмір підприємства та інтелектуальний капітал мають позитивний ефект. Результати підкреслюють значущість інституційного середовища, очікувань стейкхолдерів та інтеграції міжнародних ESG-стандартів у бізнес-моделі. Стаття надає практичні рекомендації щодо формування політик КСВ і стимулювання соціальної активності бізнесу.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, міжнародні екологічні, соціальні та управлінські стандарти (ESG), фінансові показники діяльності компанії, розмір компанії, інтелектуальний капітал, очікування громадськості, сталий розвиток, економіка.

Oksana Stefanyshyn, PhD in Economical Sciences; Halyna Ryvko, Graduate student; Review of empirical approaches to the assessment of corporate social responsibility (based on materials of modern international research) / Lviv Institute, Interregional Academy of Personnel Management, Ukraine, Lviv; Lviv Institute, Interregional Academy of Personnel Management, Ukraine, Lviv

The article summarizes contemporary international research on the impact of financial performance and intangible resources on corporate social responsibility (CSR) of enterprises. It analyzes findings from two empirical studies covering multinational samples and publicly listed companies. The results indicate that financial capacity does not consistently determine CSR engagement, while firm size and intellectual capital exert a positive influence. The study emphasizes the importance of institutional environment, stakeholder expectations, and integration of international ESG standards into business models. Practical recommendations are provided for developing CSR policies and promoting socially responsible practices in business.

Key words: corporate social responsibility (CSR), Environmental, Social, and Governance (ESG), financial performance, firm size, intellectual capital, stakeholder expectations, sustainable development, economics.

Вступ. У сучасному бізнес-середовищі корпоративна соціальна відповідальність бізнесу (КСВ) (Corporate Social Responsibility – CSR)

стає важливим елементом стратегії компаній. Зростаючі очікування громадськості, міжнародні екологічні, соціальні та управлінські стандарти (Environmental, Social, and Governance – ESG) та вимоги інвесторів сприяють формуванню більшої прозорості та етичності в діяльності підприємств. Однак, питання впливу фінансових показників на рівень КСВ залишається недостатньо дослідженим, зокрема в контексті країн з ринками, що розвиваються.

Корпоративна соціальна відповідальність охоплює широкий спектр практик, від етичного ведення бізнесу до екологічної та соціальної активності.

Для прикладу: 1) дослідження показує, як КСВ і розкриття ESG-інформації взаємодіють, щоб стимулювати зелені інновації у малих і середніх підприємствах у країнах, що розвиваються [1]; 2) аналіз того, як КСВ-заходи впливають на працівників: їх ставлення, поведінку, благополуччя, залученість тощо [2]; 3) оцінка того, «якою мірою великі агрохолдинги сприймають соціально відповідальну поведінку як важливу, і як це проявляється у їхніх стосунках із зацікавленими сторонами та у їх поведінці в економічній, соціальній та екологічній сферах» [3]; 4) дослідження про те, чи банки / кредитори знижують вартість боргу для підприємств із кращими ESG практиками [4]; 5) метою цього дослідження є вивчення інтеграції ESG у поточну бізнес-модель (гіпотезою є те, що компанії в більшості «вимушено» приймають ESG та CSR лише як зовнішню декларацію у відповідь на тиск фінансових ринків, а не як серйозну спробу інтегрувати принципи сталого розвитку на свою основну діяльність) – це далеко не весь спектр питань корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

Стосовно України – маємо ще більш цікавий досвід та практики соціальної відповідальності бізнесу. Практичний досвід реалізації КСВ в Україні, на даний момент, пов'язаний, перш за все, з війною.

Великий, малий та середній бізнес демонструє як КСВ стає важливою у кризових умовах війни, коли бізнес бере на себе соціальне навантаження, допомогу співробітникам, громадам тощо. На наших очах здійснюється еволюція КСВ в Україні яка полягає в переході від соціальних ініціатив (умови праці, етика бізнесу) до активної ролі бізнесу в суспільних та інфраструктурних проектах (підтримка громад, проекти сталого розвитку) [6]; показує як соціальний вимір (підтримка громад, гуманітарні ініціативи) змістився в центр уваги бізнесу та як бізнес адаптує економічні й етичні підходи у надзвичайних обставинах [7]. Досвід корпоративної соціальної відповідальності українського бізнесу в умовах війни ще буде опрацьовано та вивчено вченими – він становить велику цінність для інших країн.

Одним із важливих аспектів є взаємозв'язок між фінансовими показниками компанії та її соціальною відповідальністю. Враховуючи активізацію і переосмислення бізнесом принципів і практик КСВ, виникає запитання чи впливають фінансові показники фінансово-господарської діяльності бізнесу на активність соціальної відповідальності. З цього приводу нами було проаналізовано ряд досліджень, що стосуються саме цього аспекту КСВ бізнесу.

Дослідження показують, що фінансова спроможність може бути як стимулом, так і обмеженням для реалізації КСВ-ініціатив. Зокрема, вивчення впливу таких факторів, як прибутковість, інтелектуальний капітал та розмір компанії, дозволяє краще зрозуміти механізми взаємодії між фінансовими результатами та соціальною активністю бізнесу.

Метою даного дослідження є узагальнення наукових підходів до визначення впливу фінансових показників і нематеріальних чинників, зокрема інтелектуального капіталу, на рівень корпоративної

соціальної відповідальності підприємств на основі сучасних публікацій зарубіжних дослідників.

Для досягнення поставленої мети було опрацьовано та систематизовано результати наукових досліджень, у яких розглядається взаємозв'язок між показниками фінансової стійкості, прибутковості, інтелектуального капіталу та рівнем корпоративної соціальної відповідальності. Особливу увагу приділено узагальненню висновків, наведених у працях Orazayeva A. & Arslan M. (2025) [8] і Komarudin M. F. та співавтори (2025) [9], що дозволило окреслити основні тенденції та чинники, які визначають активність компаній у сфері КСВ.

Для нашого аналізу було обрано два дослідження, що стосувались вимірювання та оцінки впливу фінансових показників на корпоративну соціальну відповідальність (CSR).

Так, у дослідженні Orazayeva A. & Arslan M. [8] досліджувався вплив фінансових показників на корпоративну соціальну відповідальність (CSR). Вибірка та підхід були широкими і мультиконтинентальними (20 країн, з економікою, що розвивається).

Конкретно у дослідженні аналізувались такі фінансові показники:

1. Прибутковість:

- ROA (Return on Assets, рентабельність активів) – ефективність використання активів для генерування прибутку;

- ROE (Return on Equity, рентабельність власного капіталу) – прибутковість власного капіталу компанії;

- Market-based profitability – прибутковість на основі ринкових даних (ринкова ціна акцій).

2. Організаційний запас ресурсів (organizational slack):

- Current ratio (поточне співвідношення активів і зобов'язань) – показник ліквідності та фінансової «подушки» компанії.

3. Leverage (боргова навантаженість):

- Debt-to-Equity Ratio (DER, співвідношення боргу до власного капіталу) –ступінь фінансового ризику через позикові кошти.

4. Розмір компанії:

- Total assets або інші показники розміру, які впливають на здатність компанії вкладати ресурси в CSR.

Основні результати у дослідженні Orazayeva A. & Arslan M. [8] доводять, що:

- ROA, ROE та інші показники прибутковості не мали статистично значущого впливу на CSR.

- Current ratio як показник організаційного запасу ресурсів також не був суттєвим предиктором CSR.

- Leverage (DER) не мав значущого впливу.

- Розмір компанії виявився значущим і позитивно пов'язаним із CSR: великі компанії більше інвестують у соціальну активність.

Отже, дослідження Orazayeva A. & Arslan M. [8] дає можливість зробити висновок, що самі пособи фінансові показники загалом не є стабільними предикторами CSR, і лише розмір компанії проявляє послідовний позитивний ефект – через те, що тоді компанії мають більший потенціал для реалізації соціально-активних ініціатив, також більші компанії намагаються «краще» виглядати серед зацікавлених сторін – тобто більше «на зовні» заявляють і турбуються про імідж компанії як соціально-відповідальної.

Дослідження гіпотез впливу фінансових показників на активність соціальної відповідальності у Komarudin M. F., Hasanudin A. I., Hanifah I. A., & Mulyasari W. [9] стосувались набору компаній, які котируються на біржі і відповідають критеріям JII (індексу фондового ринку Індонезії). Дослідження [9] аналізує CSR-активність цих компаній як сукупності (панельний або крос-секційний аналіз).

«Дослідження спрямоване на аналіз впливу прибутковості (ROE та ROA), левериджу (DER), інтелектуального капіталу (IC), ліквідності (CR) та розміру фірми (FZ) на корпоративну соціальну відповідальність (CSR) у компаніях» [9]. Результати дослідження показують, що ROE (рентабельність власного капіталу) має негативний вплив на корпоративну соціальну відповідальність (КСВ). Це свідчить, що компанії, орієнтовані на високу прибутковість для акціонерів, зазвичай зосереджуються на максимізації вартості бізнесу та короткострокових фінансових результатах, приділяючи менше уваги соціальним аспектам діяльності.

Натомість ROA (рентабельність активів) та IC (інтелектуальний капітал) чинять позитивний і статистично значущий вплив на КСВ. Це означає, що підприємства, які ефективно використовують свої ресурси та володіють потужним інтелектуальним потенціалом, мають вищу спроможність і мотивацію до впровадження соціально відповідальних ініціатив.

Водночас DER (коефіцієнт фінансового важеля) і CR (коефіцієнт поточної ліквідності) не мають суттєвого впливу на рівень КСВ, що свідчить про те, що структура капіталу та ліквідність не є визначальними чинниками при формуванні політики соціальної відповідальності.

Крім того, розмір компанії (FZ) виявив позитивний вплив на КСВ – великі компанії зазвичай активніше реалізують соціальні програми, оскільки мають більше ресурсів і відчувають вищий тиск з боку стейкхолдерів.

Отримані результати підтверджують, що залучення компаній до КСВ значною мірою залежить від інтересів зацікавлених сторін, як це пояснюється теорією стейкхолдерів (Stakeholder Theory). Дослідження надає практичні рекомендації щодо розроблення політик КСВ,

узгоджених із очікуваннями стейкхолдерів і довгостроковими бізнес-стратегіями [9].

Загалом, у дослідженні Komarudin M. F., Hasanudin A. I., Hanifah I. A., & Mulyasari W. [9] фінансові показники демонструють змішаний ефект: не всі показники прибутковості позитивно впливають на CSR. Найсильніший вплив мають ROA, інтелектуальний капітал і розмір компанії. DER і ліквідність у цій вибірці не є суттєвими предикторами соціальної активності.

Узагальнимо та порівняємо дані аналізованих досліджень (табл.1).

Таблиця 1

Аналіз та узагальнення основних аспектів досліджень

Аспект	Komarudin M. F., Hasanudin A. I., Hanifah I. A. & Mulyasari W. (2025)	Orazayeva A. & Arslan M. (2025)
Об'єкт дослідження	Компанії, що входять до Jakarta Islamic Index (Індонезія); значення ROE, ROA, інтелектуальний капітал, фінансовий важіль, ліквідність, розмір підприємства. Позитивний вплив показано через ROA і IC; ROE має негативний; DER та CR не значущі; розмір позитивний.	Велика мультиконтинентальна вибірка (20 країн emerging economies). ROE та інші прибуткові показники не значущі; організаційний запас ресурсів і leverage також не значущі; розмір має значущий позитивний вплив.
Основні спільні висновки	Розмір підприємства важливий; інтелектуальний капітал – сильний предиктор CSR; деякі фінансові показники (ROA) позитивно, ROE – негативно.	Розмір важливий; прибутковість/financial performance не дає однозначного предиктора CSR у вибірці; компанії з більшими ресурсами не завжди більше інвестують у CSR.
Відмінності	Застосовано інтелектуальний	Контекст ширший; інтелектуальний

	<p>капітал як змінну, що суттєво впливає; специфічна вибірка (компанії, що котируються на Ісламському індексі Джакарти).</p>	<p>капітал не є в моделі або не має такого центрального впливу; більше уваги до інституційного контексту (інституційна сила, державне регулювання).</p>
--	--	---

Дане дослідження вносить значний внесок у наукову літературу та імплементацію практичних результатів, надаючи емпіричні дані про фінансові та інституційні фактори корпоративної соціальної відповідальності бізнесу на основі обох досліджень. Обидва показують, що показники фінансової стійкості (прибутковість, велика рентабельність, ресурсні надлишки) не завжди чи не завжди в однаковий спосіб визначають активність CSR. Водночас, фактор розміру підприємства в обох дослідженнях проявляється як важливий – великі компанії зазвичай мають більше ресурсів, видимості, регуляторного і суспільного тиску і можуть більше вкладати в CSR. Такий висновок може бути важливим для формування напрямів регулювання соціальної відповідальності бізнесу з боку держава, профспілок та суспільства.

Висновки. Ці дослідження показують, що лише фінансова спроможність не гарантує соціально відповідальної поведінки. Для українських компаній це означає, що просто мати високі прибутки чи низький борг – недостатньо. Потрібно формувати інституційне середовище, стимулювати CSR через норми, регулювання, суспільний тиск і культуру підприємництва. В той же час, інтелектуальний капітал, який у Komarudin M. F., Hasanudin A. I., Hanifah I. A., & Mulyasari W. виявився значним фактором, може бути дуже релевантним для українських умов, особливо в IT-секторі, високотехнологічних галузях, або тих, де знання та інновації становлять вагу. Це означає, що інвестиції у людський капітал,

знання, дослідження, навчання можуть стати подібними рушіями CSR. Відзначимо про важливу роль держави та регуляторних рамок – для України це сигнал, що вдосконалення нормативної бази, вимог до звітності, прозорості компаній і підтримка CSR є критичними. У контексті євроінтеграції й вимог міжнародних інвесторів (ESG, сталий розвиток), українські компанії, які демонструють CSR-ініціативи і звітність, можуть отримувати конкурентні переваги – доступ до міжнародного капіталу, партнерств, кращої репутації.

Обидва дослідження демонструють, що фінансова спроможність не є єдиним чинником, що визначає рівень корпоративної соціальної відповідальності. Наявність ресурсів важлива, але не гарантує активної соціальної позиції компанії. В Україні, де інституційне середовище ще формується, важливо створювати стимули для бізнесу через нормативні акти, прозорість звітності та суспільний тиск. Інтелектуальний капітал, особливо в IT-секторі, може стати рушійною силою CSR. Державна підтримка, навчання та розвиток культури CSR є критичними для інтеграції соціальної відповідальності в бізнес-стратегії українських компаній.

Література:

1. Hasan, M. B., Verma, R., Sharma, Dh. and Alaqe, A. (2024). The synergistic effect of corporate social responsibility and ESG disclosure on green innovation: evidence from least developed countries. *Cogent Business & Management*, 11. DOI: <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2396051>
2. Yassin, Y. and Beckmann, M. (2025). CSR and employee outcomes: a systematic literature review. *Springer Nature Link*, 75, 595-641. <<https://link.springer.com/article/10.1007/s11301-023-00389-7?utm>>

3. Šimpachová, Pechrová, M. and Šimpach. O. (2024). Corporate social responsibility and the relationship to stakeholders in large agricultural holdings in the Czech Republic. *Agriculture Journals*. DOI: 10.17221/369/2023-AGRICECON
4. Serino, L. and Campanella, F. (2024). ESG Practices and the Cost of Debt: Evidence from Italian SMEs. *International Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences*, 14(3), 51–61. DOI: <http://dx.doi.org/10.6007/IJARAFMS/v14-i3/21849>
5. Aldowaish, by A., Kokuryo, J., Almazyad, O., Goi and H. Ch. (2022). Environmental, Social, and Governance Integration into the Business Model: Literature Review and Research Agenda. *Sustainability*, 14(5), 2959. DOI: <https://doi.org/10.3390/su14052959>
6. Tkal, Y., Yarmak, T., Martynova, L., Yurchyk, I. and Andrusenko, N. (2025). Corporate Social Responsibility in Ukraine as a Tool for Sustainable Development. *Grassroots Journal of Natural Resources*, 8(1), 566-582. DOI: <https://doi.org/10.33002/nr2581.6853.080123>
7. Dielini, M. and Aksentiuk, M. (2024). Social Responsibility of Business under the Conditions of War. *Ekonomika ta Suspilstvo*, 66. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-65>
8. Orazayeva, A. and Arslan, M. (2025). Does institutional framework shape the corporate social responsibility? *International Journal of Business Environment*, 16, 2, 225-244. DOI: <https://doi.org/10.1504/IJBE.2025.145297>
9. Komarudin, M. F., Hasanudin, A. I., Hanifah, I. A. and Mulyasari, W. (2025). How financial strength and intellectual capital drive corporate social responsibility - a stakeholder perspective. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 4(63), 233–246. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.4.63.2025.4772>

References:

1. Hasan, M. B., Verma, R., Sharma, Dh., & Alaqe, A. (2024). The synergistic effect of corporate social responsibility and ESG disclosure on green innovation: evidence from least developed countries. *Cogent Business & Management*, vol. 11. [in English]. DOI: <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2396051>
2. Yassin, Y., & Beckmann, M. (2025). CSR and employee outcomes: a systematic literature review. *Springer Nature Link*, vol. 75, p. 595-641. [in English]. Retrieved from: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11301-023-00389-7?utm>
3. Šimpachová, Pechrová, M., & Šimpach, O. (2024). Corporate social responsibility and the relationship to stakeholders in large agricultural holdings in the Czech Republic. *Agriculture Journals*. [in English]. DOI: 10.17221/369/2023-AGRICECON
4. Serino, L., & Campanella, F. (2024). ESG Practices and the Cost of Debt: Evidence from Italian SMEs. *International Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences*, no. 14(3), p. 51–61. [in English]. DOI: <http://dx.doi.org/10.6007/IJARAFMS/v14-i3/21849>
5. Aldowaish, by A., Kokuryo, J., Almazyad, O., & Goi, H. Ch. (2022). Environmental, Social, and Governance Integration into the Business Model: Literature Review and Research Agenda. *Sustainability*, no. 14(5), p. 2959. [in English]. DOI: <https://doi.org/10.3390/su14052959>
6. Tkal, Y., Yarmak, T., Martynova, L., Yurchyk, I. & Andrusenko, N. (2025). Corporate Social Responsibility in Ukraine as a Tool for Sustainable Development. *Grassroots Journal of Natural Resources*, no. 8(1), p. 566-582. [in English]. DOI: <https://doi.org/10.33002/nr2581.6853.080123>

7. Dielini, M. & Aksentiuk, M. (2024). Social Responsibility of Business under the Conditions of War. *Ekonomika ta Suspilstvo*, no. 66. [in English]. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-65>

8. Orazayeva, A. & Arslan, M. (2025). Does institutional framework shape the corporate social responsibility? *International Journal of Business Environment*, vol. 16, no. 2, p. 225-244. [in English]. DOI: <https://doi.org/10.1504/IJBE.2025.145297>

9. Komarudin, M. F., Hasanudin, A. I., Hanifah, I. A. & Mulyasari, W. (2025). How financial strength and intellectual capital drive corporate social responsibility - a stakeholder perspective. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. no. 4(63), p. 233–246. [in English]. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.4.63.2025.4772>