

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСНОГО МЕХАНІЗМУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В ПРОЦЕСІ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

М. М. Андрієнко, к. е. н., доцент, andrienko2008@ukr.net, orcid.org/0000-0003-4148-4737,

*Р. О. Самітов, аспірант, Державний університет «Київський авіаційний інститут»,
samitovromantechie@gmail.com, orcid.org/0009-0009-2818-3295*

Методологія дослідження. Дослідження здійснювалося з метою розробки комплексного механізму формування соціальної відповідальності бізнесу в умовах цифрової трансформації та визначення його впливу на прозорість, підзвітність і соціальний ефект діяльності бізнесу. Методологія дослідження базується на поєднанні теоретичних та прикладних підходів, сутність яких передбачає системний аналіз процесів інтеграції цифрових технологій у CSR-практики. Основними методами дослідження стали: аналіз наукової літератури та практики – для визначення сучасних підходів до соціальної відповідальності бізнесу, цифрових інструментів управління соціальними ініціативами та ESG-критеріями; системний та структурний аналіз – для моделювання процесів управління соціально орієнтованими заходами підприємств у цифровому середовищі; методи збору, обробки та аналізу даних – використання цифрових технологій, таких як Big Data, штучний інтелект і цифрові платформи, що дозволяють здійснювати оперативний моніторинг соціальних проєктів та оцінювати їх ефективність на основі соціальних, економічних та ESG-критеріїв; моделювання та апробація концептуальної CSR-моделі – створення адаптивної моделі соціальної відповідальності бізнесу з урахуванням цифрових інструментів, що забезпечує довгострокову взаємодію підприємств із стейкхолдерами.

Результати. У статті запропоновано комплексний механізм формування соціальної відповідальності бізнесу в умовах цифрової трансформації, сутність якого полягає в інтеграції сучасних цифрових технологій у єдину систему управління соціально орієнтованими заходами. Комплексний механізм передбачає використання цифрових інструментів збору, обробки та аналізу даних, при умові їх поєднання у процесі здійснення безперервного моніторингу соціальних проєктів та проведення оцінки їх результативності у режимі оперативного часу на основі урахуванням соціальних, економічних та ESG-критеріїв оцінювання. Реалізація запропонованого механізму сприятиме прозорості і підзвітності соціально відповідальної діяльності підприємств, сприятиме прийняттю якісних управлінських рішень та досягненню цілей сталого розвитку в умовах цифрової економіки.

Новизна. Наукова новизна полягає у розгляді процесів формування концептуальної моделі соціальної відповідальності бізнесу, сутність якої передбачає інтеграцію цифрових технологій, таких як Big Data, штучний інтелект, цифрові платформи, які у процесі взаємодії підприємства із стейкхолдерами, забезпечить прозорість, підзвітність та соціальний вплив.

Практична значущість. Практична значущість запропонованого комплексного механізму полягає у створенні дієвого інструменту управління соціальною відповідальністю бізнесу в умовах цифрової трансформації. Використання цифрових технологій для збору, обробки та аналізу даних дозволяє підприємствам здійснювати оперативний моніторинг соціально орієнтованих програм, оцінювати їх результативність на основі соціальних, економічних та ESG-критеріїв, а також адаптувати CSR-стратегію до змін у зовнішньому середовищі.

Ключові слова: модель соціально відповідального бізнесу, цифрові інструменти, Big Data, blockchain-технології, соціальні ініціативи, інновації, цифровізація, ESG, сталий розвиток.

Постановка проблеми. Дослідження, що передбачає вивчення інноваційних підходів щодо формування концептуальної моделі соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) в процесі цифрової трансформації доцільно віднести до міждисциплінарних досліджень, у якому поєднуються наступні складові: управління, соціологів, економіка, інформаційні технології та етика бізнесу. Дане дослідження спрямоване на розвиток, проте разом з тим і є певні проблеми, які розглянемо детальніше.

Всі проблеми, що пов'язані прямо та опосередковано із інноваційними підходами формування концептуальної моделі соціальної відповідальності бізнесу в процесі цифрової трансформації доцільно розділити на наступні групи: теоретичні, практичні, методологічні, соціально-культурні та взаємодії з регуляторним середовищем.

Теоретичні проблеми пов'язані із відсутністю єдиної концептуальної бази: поняття «соціальна відповідальність бізнесу» (СВБ), оскільки авторські підходи характеризують це поняття з різних боків: економіка, екологія та соціальна складові. Складові процесу діджиталізації, такі як штучний інтелект, автоматизація, робота з великими дани не дають чіткого пояснення яким чином їх інтегрування у механізм соціальної відповідальності. Відсутня універсальна сучасна модель не поєднує в собі безпосередньо соціальну відповідальності бізнесу та процеси цифровізації.

Методологічні проблеми пов'язані із нестачею науково обґрунтованих методик, зокрема, велика їх кількість є тільки описовими, у вигляді кейсів, без конкретної методології побудови моделі СВБ у цифровому середовищі; відсутність чіткої методики щодо кількісної оцінки ефективності використаних цифрових інновацій. До цих проблем доцільно додати складні процеси інтегрування етичних та соціальних аспектів до складу моделі СВБ, оскільки більшість цифрових технологій базуються на оптимізації процесів з метою отримання максимального прибутку; при проведенні оцінки «соціальної ефективності» прийнятих цифрових рішень відсутні узгоджені інструменти.

Практичні проблеми характеризуються високими фінансовими витратами при впро-

вадженні цифрових платформ для управління, оцінки та моніторингу соціальних ініціатив здійснюваних середнім та малим бізнесом, зокрема, відсутнє повне фінансування інноваційних заходів не сприяє розвитку концептуальної моделі СВБ. Цифрова грамотність у бізнес-середовищі часто є недостатньою, що проявляється нехваткою професійних фахівців для розроблення та впровадження концептуальних моделей СВБ та неготовністю деяких компаній інтегрувати інноваційні ініціативи у дієві стратегії щодо соціальної відповідальності. Наявність ризиків у інформаційній безпеці, що спостерігаються при використанні Big Data та цифрових платформ, оскільки можуть бути умови при яких відбувається витік корпоративної та індивідуальної інформації. Відсутність ефективних механізмів загрожують кібербезпеці СВБ, що відбувається при формуванні звітів з реалізації соціальних ініціатив.

Група методологічних проблем при дослідженні СВБ визначається складними методиками оцінювання соціальних результатів кількісними вимірниками та спостерігаються проблеми при адаптуванні прийнятих КРІ при використанні цифрових рішень СВБ. При реалізації соціальних програм та впровадженні можна спостерігати фрагментарність даних, оскільки інформацію економічні суб'єкти збирають різними шляхами, що негативно впливає на формування концептуальної інтегрованої моделі СВБ. Технічне середовище реалізації СВБ є динамічним, оскільки цифровізація впливає на існуючі моделі СВБ та темпи розвитку технологічних інновацій не співпадають із повільнішими фундаментальними науковими дослідженнями.

Соціально-побутові проблеми визначаються певним рівнем недовіри та сумнівів здійснення процесів СВБ, оскільки економічні суб'єкти не завжди вірять соціальній відповідальності та цифровій звітності, оскільки компанії можуть формально демонструвати соціальну відповідальність. Процеси інтегрування концепції СВБ є недостатніми для локальних ініціатив, оскільки цифровізація у більшій мірі впроваджується на глобальному рівні, що не враховує український ринок. Регуляторне середовище

характеризується відсутністю законодавчої бази реалізації цифровізації СВБ, що є фрагментарним у частині СВБ та відсутність структурованої системи здійснення їх у цифровій практиці. Крім того, не існує чітких правил впровадження ШІ у соціальні ініціативи при формуванні концептуальної моделі СВБ.

Таким чином, існуючі проблеми формування концептуальної моделі СВБ в умовах цифровізації вимагають міждисциплінарних досліджень, інтегрування технологій та їх адаптування під українські ринки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Виконавши аналіз сучасних наукових джерел щодо інноваційних формування концептуальної моделі СВБ можна стверджувати, що соціальна відповідальність бізнесу характеризується як динамічне утворення, що постійно розвивається із врахуванням процесів цифрової трансформації. Класичні теоретичні підходи до СВБ, що належать Керролу, Фріману, Елкінгтону звертають увагу на основні складові, такі як економічні, соціальні і екологічні, то новітні дослідження розглядають дану модель у фокусі цифрового виміру відповідальності, що базується на трансформації процесів управління даними, при чому значна увага приділяється таким чинникам, як кібербезпека, цифрова етика, інклюзивність та прозорість алгоритмів. Розглянемо коротко погляди класиків до корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

Арчі Б. Керролл [8, 11–12] вважається одним із найвпливовіших учених теоретиків, у працях якого систематизовано та концептуалізовано поняття КСВ. На його думку, КСВ це багатовимірна категорія, що пояснюється різними рівнями відповідальності бізнесу перед суспільством. Ним розроблено пірамідальну модель КСВ, до складу якої входить чотири складових у вигляді різних видів відповідальностей: економічна, правова, етична та філантропічна. Керролл кожному виду дає визначення та наголошує, що КСВ не відповідає економічній ефективності, вона інтегрується в управління компанією на стратегічному рівні.

Р. Едвард Фрідман [10] у своїх працях розглядає КСВ за допомогою стейкхолдерської теорії, сутність ширша за традиційні

підходи і яка обмежена інтересами стейкхолдерів. За його вченням підприємство несе відповідальність перед стейкхолдерами: суспільством, державою, місцевою громадою, інвесторами, працівниками, споживачами постачальниками. Сутність СВБ пояснюється через баланс інтересів всіх соціальних груп, а не окремих соціальних груп. Тому, щоб бути компанії успішною, необхідне ефективне управління зацікавленими сторонами, а СВБ забезпечує мінімум ризиків, підвищує імідж компанії та зміцнює рівень довіри.

Джон Елкінгтон [9] у своїх працях запропонував використання моделі потрійного підсумку до розвитку теорії КСВ, сутність якої ґрунтується на оцінюванні діяльності підприємства економічними, соціальними та екологічними показниками.

Модель Дж. Елкінгтона включає три складових: Profit – економічна ефективність, People – відповідальність перед людьми та суспільством, Planet – турбота про навколишнє середовище. Крім того, вчений у своїх працях звертає увагу на подальший розвиток бізнес-моделей в умовах глобалізації та цифровізації через інновації, прозорість та довгострокову орієнтацію.

Узагальнюючи підходи можна зробити наступні висновки, що науковці по різному підходять до пояснення КСВ: Керролл показує рівні відповідального бізнесу: економічний, правовий, етичний та соціальний; Фріман пояснює, що компанія несе відповідальність перед стейкхолдерами; Елкінгтон показує за допомогою яких критеріїв можна оцінювати соціально відповідальний бізнес.

Формулювання мети статті. Метою дослідження є формування концептуальної моделі соціальної відповідальності бізнесу, що ґрунтується на інтеграції цифрових технологій (Big Data, штучного інтелекту, цифрових платформ) у процесі взаємодії компанії із зацікавленими сторонами та спрямована на забезпечення прозорості, підзвітності, соціального впливу бізнесу й ефективності реалізації соціальних ініціатив в умовах цифровізації економіки.

Рис. 1 узагальнює концептуальні підходи Керролла, Фрімана та Елкінгтона до корпоративної соціальної відповідальності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Упровадження цифрових технологій в умовах сучасної економіки сприяють формуванню нової парадигми СВБ та спонукають вважати їх не тільки інструментами, але й системоутворюючими елементами досліджуваного механізму. Прозорість соціальних ініціатив, ефективність управлінських рішень та розвиток соціально відповідальних компаній забезпечуються штучним інтелектом, Big Data та blockchain й відкриватимуть нові можливості для більш ефективних соціальних програм. Соціальні ініціативи за допомогою онлайн-платформ, аналітичних дашбордів та автоматизованих систем моніторингу забезпечують можливості для підприємств у режимі реального часу слідкувати за результатами соціальних заходів та вчасно реагувати на відхилення від планових показників.

Вивченню складових механізму соціальної відповідальності бізнесу присвячено чимало наукових праць. Так, у праці Бондарук М. В. [2] досліджується поняття, механізми та принципи СВБ в кризових умовах. Автором проаналізовано інструменти впровадження СВБ, співпрацю із стейкхолдера-

ми, управлінські підходи щодо перспектив її розвитку.

Миколенко І. Г. [6] досліджує механізм соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору. Автором досліджуються питання структуризації механізму СВБ за елементами, принципи функціонування його в аграрному бізнесі та взаємозв'язок між окремими його складовими: економічною, соціальною та екологічною.

У своїй праці Зеркаль А. [4] досліджує сучасні підходи в управлінні КСВ, зокрема значна увага приділяється інноваційним інструментам, цифровим технологіям та процесам адаптації соціально відповідального бізнесу до динамічних економічних умов.

Коростова І. О. та Гержан Р. С. [5] досліджують соціально відповідальне управління підприємством, що сприяє зміцненню репутації, підвищенню лояльності споживачів і забезпеченню сталого розвитку. Авторами визначено, що ефективна інтеграція принципів КСВ потребує врахування етичних, соціальних та екологічних аспектів, а також адаптації управлінських стратегій до сучасних викликів.



Рис. 1. Концептуальні підходи Керролла, Фрідмана та Елкінгтона до корпоративної соціальної відповідальності

Проданова Л. В. та Тодоров П. А. [7] аналізують корпоративну соціальну відповідальність великого бізнесу, що суттєво впливає на економічний, соціальний та екологічний розвиток, при цьому забезпечує конкурентні переваги, підвищує інвестиційної привабливості й розвиває відповідальні практики у бізнес-середовищі.

Антохов А. А. [1] у роботі досліджує інноваційні стратегії соціальної відповідальності бізнесу, що можна розглядати як стратегічний елемент механізму КСВ. Автор вивчає концепцію формування інноваційної стратегії соціально відповідального бізнесу, що базується на взаємопов'язаних складових, які забезпечують підвищення ефективності управління, конкурентоспроможності та іміджу підприємства.

Праця Васюткіної Н. та Бабіч Б. [3] присвячена значенню КСВ у розвитку та адаптації підприємства. Авторами доведено, що КСВ підвищує конкурентоспроможність, довіру та інноваційність бізнесу.

Таким чином, проведений аналіз наукових праць говорить про актуальність проблеми формування та реалізації механізму соціальної відповідальності бізнесу. У зазначених наукових працях вивчаються теоретичні засади КСВ, принципи її функціонування, інструменти впровадження, управлінські підходи, інноваційні стратегії та адаптація соціально відповідальної діяльності до сучасних економічних викликів. Значна увага спрямовується на взаємодію зі стейкхолдерами, досліджується цифровізація управління КСВ, вивчаються основні вимоги до забезпечення сталого розвитку та підвищенню конкурентоспроможності підприємств. Разом з тим, авторські дослідження говорять про необхідність подальшого вдосконалення механізмів соціальної відповідальності бізнесу з урахуванням кризових умов, цифрової трансформації економіки та посилення соціальних і екологічних вимог до діяльності підприємств.

Основою комплексного механізму формування та реалізації рішень СВБ в умовах цифровізації є використання сучасних цифрових технологій у вигляді штучного інтелекту, Big Data, хмарних рішень, blockchain та Інтернету речей, що сприяти-

муть забезпеченню повноцінною інформацією, своєчасній обробці та аналізу даних щодо здійснення соціальних заходів підприємствами.

Першим етапом механізму є використання цифрових інструментів щодо збору інформації, а саме: цифрові платформи, сенсорні технології, онлайн-опитування, CRM-рішення та інші інформаційні джерела. Отримані дані передаються до етапу обробки та аналізу, у якому за допомогою відповідних аналітичних інструментів, технологій штучного інтелекту та Big Data вони узагальнюються, систематизуються та пояснюються.

Отримані результати проведеного аналізу включаються до єдиної системи управління соціально орієнтованими ініціативами компанії, тим самим забезпечують їх узгодженість із загально прийнятою стратегією розвитку. Протягом наступного етапу здійснюється безперервний моніторинг соціальних заходів у режимі реального часу їх реалізації.

Комплексне оцінювання результатів виконувалося за допомогою критеріїв: соціальних, економічних та ESG, у результаті чого отримали інформаційну базу для обґрунтування і прийняття управлінських рішень. Комплексний механізм забезпечить умови для формування адаптивної CSR-моделі, її прозорості та реалізації цілей сталого розвитку на основі ефективної взаємодії із зацікавленими суб'єктами.

Запропонований підхід до побудови комплексного механізму СВБ визначається циклічним характером, оскільки управління соціальними ініціативами має здійснюватися безперервно. На кожному циклі включаються етапи: визначення соціальних пріоритетів, формування соціальних цілей, впровадження соціальних заходів, цифровий моніторинг, оцінка досягнутого та коригування у вигляді внесення змін до стратегії. Така циклічна структура запропонованого механізму забезпечуватиме адаптацію його до змін зовнішнього середовища та очікувань і побажань стейкхолдерів.

На рис. 2 показано цифровий механізм формування соціальної відповідальності бізнесу.

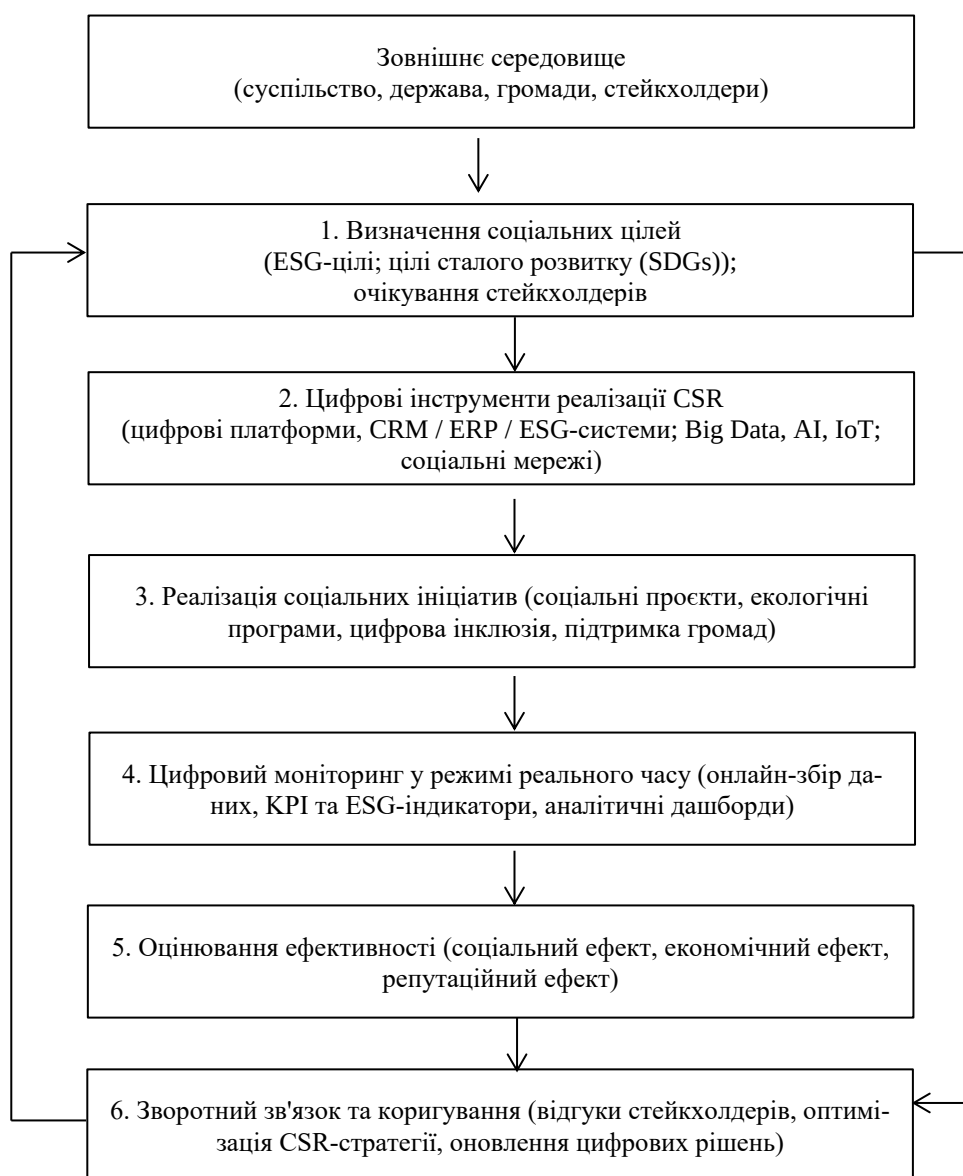


Рис. 2. Цифровий механізм формування соціальної відповідальності бізнесу в умовах цифрової трансформації

Ключовим компонентом даного механізму є аналітична цифрова інфраструктура, функціями якої є інтеграція різних інформаційних систем із зовнішніми джерелами, зокрема: збір, обробка та систематизація даних із зовнішніх та внутрішніх джерел. Основне її завдання – це консолідація показників, що визначають економічний, соціальний та екологічний вплив на суб'єкт господарювання.

Використання даної інфраструктури зможе забезпечити здійснення комплексного аналізу здійснюваних процесів на даний час, їх моніторинг та прогнозування наслідків прийнятих управлінських рішень щодо реалізації соціальних ініціатив на підприємстві.

Завдяки використанню цифрової інфраструктури менеджмент на підприємстві зможе здійснювати комплексний аналіз показників діяльності компанії, враховуватиме їх взаємозв'язки при визначенні причинно-наслідкових зв'язків між управлінськими рішеннями та результатами виробничо-господарської діяльності. Таким чином, цифрова аналітична інфраструктура виконує функції інструменту стратегічного управління та є методологічною основою для прийняття відповідних рішень, що в свою чергу впливає на ймовірність прогнозованих показників результатів економічної ефективності при забезпеченні соціальної відповідальності та екологічної безпеки.

У сучасних умовах цифрові технології застосовуються у процесі реалізації соціально відповідального бізнесу є важливим інструментом для аналізу соціальної діяльності бізнесу та здійснюється комплексний і поглиблений аналіз даних. Використовуючи автоматизований аналіз порівняння фактичних результатів своєї діяльності із запланованими соціальними KPI та ESG-індикаторами дозволить вчасно оцінити відхилення від запланованих цілей, виявити ризики або напрями, що не соціально не-ефективними чи малоефективними, та здійснювати свою діяльність більш результативно й ефективно.

Комплексне оцінювання ефективності соціальних ініціатив є важливою частиною сучасного механізму СВБ, що здійснюється з урахуванням соціального, економічного й репутаційного ефектів та дозволяє виконати об'єктивну оцінку і отримати достовірні результати. Застосування цифрових технологій вплине на скорочення впливу людського суб'єктивного фактору та підвищить прозорість звітних соціальних програм перед інвесторами, партнерами і громадськістю.

Результати проведеного оцінювання слугують для формування ефективного зворотного зв'язку та коригування управлінських рішень у рамках соціальної поведінки бізнесу. На цьому етапі здійснюється перегляд та оновлення CSR-стратегії, оптимізуються соціальні ініціативи, перерозподіляються фінансові, трудові і цифрові ресурси. Разом з тим здійснюється перегляд та оновлення цифрових інструментів управління, що є логічним для даного механізму. Таким чином, здійснення таких заходів забезпечить закінчення циклу механізму управління соціальною відповідальністю та безперервне підвищення ефективності соціальної діяльності.

Отже, запропонований механізм дозволяє підвищення ефективності управлінських процесів і сприяє підсиленню соціального впливу бізнесу, що проявляється у зміцненні рівня довіри стейкхолдерів, зростання соціального значення та підтримує сталий розвиток в умовах цифрової економіки.

Література

1. Антохов А.А. Інноваційні стратегії соціальної відповідальності бізнесу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. №18. С. 5-10. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/18_2018/3.pdf
2. Бондарук М.В. Соціальна відповідальність бізнесу в кризових умовах: поняття та зміст механізмів реалізації. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування*. 2025. Том 36 (75). № 5. С. 15-20. DOI: <https://doi.org/10.32782/TNU-2663-6468/2025.5/03>
3. Васюткіна Н., Бабіч Б. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник адаптаційного забезпечення розвитку підприємства в умовах інноваційності бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2025. № 77. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-77-61>
4. Зеркаль А. Інновації в управлінні корпоративною соціальною відповідальністю: виклики та перспективи для сучасного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2024. Том 336. №6. С. 639-644. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-336-96>
5. Коростова І.О., Гержан Р.С. Виклики сучасної соціальної відповідальності менеджменту. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. 2025. № 1(15). С. 152-161. DOI: <https://doi.org/10.32750/2025-0113>
6. Миколенко І.Г. Механізм соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2017. №4. URL: https://apie.org.ua/wp-content/uploads/2017/12/apie_2017_r04_a09.pdf
7. Проданова Л.В., Тодоров П.А. Інноваційні підходи до реалізації корпоративної соціальної відповідальності у великому бізнесі: успішні кейси та основні тенденції. *Приазовський економічний вісник*. 2023. № 2(34). С. 60-66. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-4263/2023-2-11>
8. Archie B. Carroll (2021). Corporate Social Responsibility: Perspectives on the CSR Construct's Development and Future. *Business and Society*, 60(6), 1258-1278. DOI: 10.1177/00076503211001765
Corporate Social Responsibility: Perspectives on the CSR Construct's Development and Future
9. Elkington, J. (1999). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing Ltd., 424.
<https://doi.org/10.1023/a:1006129603978>
10. Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. September 13, 13-21.
11. Carroll, A.B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organization stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-g](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-g)
12. Carroll, A.B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497-505.
<https://doi.org/10.2307/257850>

References

1. Antokhov, A.A. (2018). Innovatsiini stratehii sotsial-noi vidpovidalnosti biznesu. Investytsii: praktyka ta dosvid, (18), 5-10. Retrieved from http://www.investplan.com.ua/pdf/18_2018/3.pdf
2. Bondaruk, M.V. (2025). Sotsialna vidpovidalnist biznesu v kryzovykh umovakh: poniattia ta zmist mekhaniz-miv realizatsii. Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho, Ser.: Publichne upravlinnia ta ad-ministruvannia, T. 36(75), (5), 15-20. DOI: <https://doi.org/10.32782/TNU-2663-6468/2025.5/03>
3. Vasiutkina, N., & Babich, B. (2025). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak chynnyk adaptatsiinoho zabezpechennia rozvytku pidpriemstva v umovakh innovatsii-nosti biznesu. Ekonomika ta suspilstvo, (77). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-77-61>
4. Zerkal, A. (2024). Innovatsii v upravlinni korporatyvnoiu sotsialnoiu vidpovidalnistiu: vyklyky ta pers-pektyvy dlia suchasnoho biznesu. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky, T.336, (6), 639-644. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-336-96>
5. Korostova, I.O., & Herzhan, R.S. (2025). Vyklyky suchas-noi sotsialnoi vidpovidalnosti menedzhmentu. Yevropeyskyi naukovyi zhurnal Ekonomichnykh ta Finansovykh innovatsii, 1(15), 152-161. DOI: <https://doi.org/10.32750/2025-0113>
6. Mykolenko, I.H. (2017). Mekhanizm sotsialnoi vidpovidalnosti subiektiv aharnoho biznesu. Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky, (4). Retrieved from https://apie.org.ua/wp-content/uploads/2017/12/apie_2017_r04_a09.pdf
7. Prodanova, L.V., & Todorov, P.A. (2023). Innovatsiini pidkhody do realizatsii korporatyvnoi sotsialnoi vid-povidalnosti u velykomu biznesi: uspishni keisy ta osnovni tendentsii. Pryazovskyi ekonomichni visnyk, 2(34), 60-66. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-4263/2023-2-11>
8. Archie B. Carroll (2021). Corporate Social Responsibility: Perspectives on the CSR Construct's Development and Future. Business and Society, 60(6), 1258-1278. DOI: 10.1177/00076503211001765
- Corporate Social Responsibility: Perspectives on the CSR Construct's Development and Future
9. Elkington, J. (1999). Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. Capstone Publishing Ltd., 424. <https://doi.org/10.1023/a:1006129603978>
10. Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. The New York Times Magazine. September 13, 13-21.
11. Carroll, A.B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organization stakeholders. Business Horizons, 34(4), 39-48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-g](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-g)
12. Carroll, A.B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. Academy of management review, 4(4), 497-505. <https://doi.org/10.2307/257850>

INNOVATIVE APPROACHES TO FORMING A COMPREHENSIVE MECHANISM OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE PROCESS OF DIGITAL TRANSFORMATION

*M. M. Andriienko, Ph. D (Econ.), Associate Professor,
R. O. Samitov, Post-graduate Student, State University «Kyiv Aviation Institute»*

Methods. The research was carried out with the aim of developing a comprehensive mechanism for the formation of corporate social responsibility in the context of digital transformation and determining its impact on transparency, accountability and social impact of business activities. The research methodology is based on a combination of theoretical and applied approaches, the essence of which involves a systematic analysis of the processes of integrating digital technologies into CSR practices. The main research methods were: analysis of scientific literature and practice – to determine modern approaches to corporate social responsibility, digital tools for managing social initiatives and ESG criteria; system and structural analysis – to model the processes of managing socially oriented activities of enterprises in the digital environment; methods of data collection, processing and analysis are the use of digital technologies, such as Big Data, artificial intelligence and digital platforms, which allow for operational monitoring of social projects and assessing their effectiveness based on social, economic and ESG criteria; modeling and testing of a conceptual CSR model in creating an adaptive model of business social responsibility taking into account digital tools, which ensures long-term interaction of enterprises with stakeholders.

Results. The article proposes a comprehensive mechanism for the formation of corporate social responsibility in the context of digital transformation, the essence of which is to integrate modern digital technologies into a single system for managing socially oriented activities. The

comprehensive mechanism involves the use of digital tools for collecting, processing and analyzing data, provided that they are combined in the process of continuous monitoring of social projects and assessing their effectiveness in real time based on social, economic and ESG assessment criteria. The implementation of the proposed mechanism will contribute to the transparency and accountability of socially responsible activities of enterprises, will contribute to the adoption of high-quality management decisions and the achievement of sustainable development goals in the context of the digital economy.

Novelty. The scientific novelty lies in considering the processes of forming a conceptual model of corporate social responsibility, the essence of which involves the integration of digital technologies, such as Big Data, artificial intelligence, and digital platforms, which, in the process of interaction between an enterprise and stakeholders, will ensure transparency, accountability, and social impact.

Practical value. The practical value of the proposed comprehensive mechanism lies in creating an effective tool for managing business social responsibility in the context of digital transformation. The use of digital technologies for collecting, processing and analyzing data allows enterprises to carry out operational monitoring of socially oriented programs, assess their effectiveness based on social, economic and ESG criteria, as well as adapt the CSR strategy to changes in the external environment.

Keywords: *socially responsible business model, digital tools, Big Data, blockchain technologies, social initiatives, innovation, digitalization, ESG, sustainable development.*

Стаття надійшла до редакції 14.05.26 р.

Прийнята до публікації 28.05.26 р.

Дата публікації 30.06.26 р.