

Sotsiologichna hrupa «Reitynh». [https://ratinggroup.ua/research/ukraine/vosmoy\\_obschenacionalnyy\\_opros\\_ukraina\\_v\\_usloviyah\\_voyny\\_6\\_aprelya\\_2022.html](https://ratinggroup.ua/research/ukraine/vosmoy_obschenacionalnyy_opros_ukraina_v_usloviyah_voyny_6_aprelya_2022.html)

“Zvit natsionalnoi systemy monitorynhu sytuatsii z vnutrishnyo peremishchenymy osobamy. Kliuchovi vysnovky” [Report of the National Monitoring System of the Situation with Internally Displaced Persons. Key

Findings]. [https://ukraine.iom.int/sites/g/files/tmz-bdl1861/files/documents/nms\\_round\\_18\\_19\\_ukr.pdf](https://ukraine.iom.int/sites/g/files/tmz-bdl1861/files/documents/nms_round_18_19_ukr.pdf)  
“Zvit pro vnutrishnie peremishchennia v Ukraini. Opytvannia zahalnoho naseleennia. Raund 2.2022” [Report on Internal Displacement in Ukraine. Survey of the General Population. Round 2.2022]. <https://displacement.iom.int/reports/zvit-pro-vnutrishne-peremishchennya-v-ukraini-opituvannya-zagalnogo-naseleennya-raund-2-1>

УДК 005.35 : 338.242

JEL: A13; M14

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-5-69-74>

## СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

©2022 КУРОВСЬКА Н. О., НЕДІЛЬСЬКА Л. В.

УДК 005.35 : 338.242

JEL: A13; M14

### Куровська Н. О., Недільська Л. В. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності бізнесу

Метою статті є теоретико-методологічне обґрунтування проблем формування та розробка рекомендацій щодо стратегічних напрямів розвитку соціальної відповідальності бізнесу. У статті обґрунтовано необхідність створення сприятливого бізнес-середовища в суспільстві на основі формування цілісної системи соціальної відповідальності та узгодженості інтересів усіх суб'єктів економіки. Встановлено, що у процесі підвищення ділової активності підприємств, акцентуючи увагу лише на економічних проблемах, людство втрачає інші важливі питання, зокрема: духовність, суспільну справедливість, бережливе відношення до навколишнього середовища тощо. Зазначено, що соціальна відповідальність бізнесу базується на прийнятті ефективних управлінських рішень у процесі задоволення потреб споживачів високоякісними товарами та послугами, забезпеченні відповідними умовами праці працівників, взаємодії зі стейкхолдерами, збереженні довкілля тощо. Акцентовано увагу на підвищенні рівня корпоративної репутації бізнесу, що полягає у відмові від дискримінації працівників за такими особливостями: обмежених фізичних можливостей; сексуальної орієнтації; гендерної ідентичності та за статевою ознакою. Зокрема, результати оцінювання рівня корпоративної репутації демонструють міцний позитивний зв'язок між результатами фінансово-економічної діяльності бізнес-структур та їхньою здатністю ефективно інтегрувати зусилля зі сфери корпоративної соціальної відповідальності в систему управління корпорації. Запропоновано стратегічні орієнтири подальшого розвитку соціальної відповідальності бізнесу, яка ґрунтується на реалізації концепції сталого розвитку суспільства в розрізі соціальної, економічної й екологічної складових. Перспективами подальших досліджень є формування корпоративної соціальної відповідальності як складової системи управління у корпораціях.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність бізнесу, сталий розвиток, корпоративна репутація, система управління.

**Рис.:** 1. **Табл.:** 2. **Бібл.:** 15.

**Куровська Наталія Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту, Поліський національний університет (Старий бульвар, 7, Житомир, 10008, Україна)

**E-mail:** [kurovska@gmail.com](mailto:kurovska@gmail.com)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-3344-6079>

**Researcher ID:** <https://publons.com/researcher/2009628/natalya-o-kurovska/>

**Scopus Author ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorid=57315681300>

**Недільська Лариса Василівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту, Поліський національний університет (Старий бульвар, 7, Житомир, 10008, Україна)

**E-mail:** [larisa.nedelskaya@gmail.com](mailto:larisa.nedelskaya@gmail.com)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-0528-9021>

**Researcher ID:** <https://publons.com/researcher/3940880/larisa-nedelskaya/>

**Scopus Author ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorid=57210161256>

UDC 005.35 : 338.242

JEL: A13; M14

### Kurovska N. O., Nedilska L. V. Strategic Directions for the Development of Social Responsibility of Business

The article is aimed at theoretical-methodological substantiation of the problems of formation and development of recommendations on strategic directions for the development of social responsibility of business. The article substantiates the need to create a favorable business environment in society on the basis of the formation of a holistic system of social responsibility and consistency of interests of all economic entities. It is determined that in the process of increasing business activity of enterprises, focusing only on economic problems, humanity loses other important issues, in particular: spirituality, social justice, lean attitude to the environment, etc. It is specified that the social responsibility of business is based on making effective managerial decisions in the process of meeting the needs of consumers with high-quality goods and services, providing appropriate working conditions for employees, interaction with stakeholders, preserving the environment, etc. Attention is focused on improving the level of corporate reputation of business, which consists in refusing to discriminate against employees on the following features: limited physical capabilities; sexual orientation; gender identity and sexual characteristic. In particular, the findings of an assessment of the level of corporate reputation demonstrate a strong positive connection between the results of financial and economic activities of business structures and their ability to effectively integrate efforts from the sphere of corporate social responsibility into the management system of the corporation. Strategic guidelines for further development of social responsibility of business, which is based on the implementation of the conception of sustainable development of

society in terms of social, economic and ecological components, are proposed. Prospects for further research are the formation of corporate social responsibility as a component of the management system in corporations.

**Keywords:** social responsibility of business, sustainable development, corporate reputation, management system.

**Fig.:** 1. **Tabl.:** 2. **Bibl.:** 15.

**Kurovska Nataliia O.** – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance and Credit, Polissia National University (7 Staryi Blvd., Zhytomyr, 10008, Ukraine)

**E-mail:** kurovska@gmail.com

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-3344-6079>

**Researcher ID:** <https://publons.com/researcher/2009628/natalya-o-kurovska/>

**Scopus Author ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57315681300>

**Nedil'ska Larysa V.** – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance and Credit, Polissia National University (7 Staryi Blvd., Zhytomyr, 10008, Ukraine)

**E-mail:** larisa.nedelskaya@gmail.com

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-0528-9021>

**Researcher ID:** <https://publons.com/researcher/3940880/larisa-nedelskaya/>

**Scopus Author ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57210161256>

Системні перетворення економіки в умовах глобалізації зумовляють підвищення ділової активності підприємств у процесі забезпечення потреб і створення сприятливого бізнес-середовища в суспільстві. Наголошуючи лише на економічних проблемах, людство втрачає важливі складові сталого розвитку, зокрема: духовність, суспільну справедливість, бережливе ставлення до навколишнього середовища тощо. Тому особливої уваги набувають питання соціальної відповідальності бізнесу як необхідної умови управління підприємством, заснованої на узгодженні інтересів працюючого населення та місцевих громад. Завдяки формуванню цілісної системи відповідальності суб'єктів економіки за свої дії при взаємодії бізнесу з іншими суб'єктами економіки можна досягти нового високоякісного рівня розвитку суспільства, а також забезпечення конкурентних переваг і позитивного іміджу підприємств.

Детальні дослідження питань соціальної відповідальності окреслено в наукових працях таких науковців, як: О. Амоша, Л. Грицина, Е. Карнегі, А. Колот, О. Новікова, М. Портер, Р. Пустовіт та ін. Проте актуальність даної проблеми потребує подальшого поглибленого дослідження стратегічних напрямів розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

Метою статті є теоретико-методологічне обґрунтування проблем формування та розробка рекомендацій щодо стратегічних напрямів розвитку соціальної відповідальності бізнесу. У процесі реалізації даної мети необхідним є розв'язання таких основних завдань: дослідження рейтингу рівня корпоративної репутації бізнесу, що полягає у відмові від дискримінації працівників за окремими ознаками; розробка стратегічних орієнтирів соціальної відповідальності бізнесу тощо.

На сучасному етапі розвитку роль відповідальності бізнесу в забезпеченні стійких конкурентних переваг національної економіки має зростаючу тенденцію, що зумовлено соціальною орієнтацією ринкового господарства. Відсутність розвиненої норма-

тивно-правової бази, яка регулює заходи підтримки корпоративної відповідальності, відсутність комплексної державної підтримки соціального підприємництва, неможливість у сучасних умовах бізнес-середовища впровадження зарубіжного досвіду для вдосконалення практики соціальної відповідальності комерційних організацій є основними факторами, що спричиняють низький темп розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

Як відомо, цілі та ідеали соціальної відповідальності, як шлях до сталості, роблять соціальну відповідальність природним і поступовим розширенням професійної компетентності практикуючого спеціаліста з якості [15]. Сучасні реалії свідчать, що для забезпечення ефективного функціонування бізнесу його соціальна відповідальність має не менше значення, ніж розвинута інфраструктура, політична стабільність та втілення в життя проектів інноваційного розвитку, і не випадково, що тема соціальної відповідальності бізнесу останнім часом набуває дедалі більшого значення [5, с. 68]. Зокрема, тлумачення соціальної відповідальності потребує застосування різноманітних підходів залежно від суб'єктів економіки, галузі її впровадження, сфери застосування, проте формування її напрямів в Україні та у світі загалом набуває все більшого значення. Адже «соціальна відповідальність бізнесу – це вплив бізнесу на суспільство, відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають» [7, с. 459].

Соціальна відповідальність бізнесу, також відома як корпоративна соціальна відповідальність, стосується людей та організацій, які поводяться та ведуть бізнес етично та чутливо до соціальних, культурних, економічних та екологічних питань. Прагнення до соціальної відповідальності допомагає окремим людям, організаціям та урядам позитивно впливати на розвиток, бізнес і суспільство. «Для розробки стратегії корпоративної соціальної відповідальності

необхідно: мати постійну підтримку вищого менеджменту та власників, кращих працівників і спеціалістів компанії; здійснити аналіз наявного світового досвіду і умов країни розміщення бізнесу, продаж або інших економічних інтересів; визначитися із сукупністю соціальних програм і проєктів, що здійснюються або є пріоритетними; визначитися з переліком можливих партнерів, заходів, ресурсів; сформулювати ключові напрямки соціальної відповідальності на рівні самої компанії та у взаємозв'язках із зовнішнім середовищем» [1, с. 177].

Як відомо, результати бізнесу, інвестиції, вільне підприємництво та інші традиційні економічні сили продовжують стимулювати виробництво, а саме: корпоративна репутація бізнес-структур та їхня здатність ефективно конкурувати на світовому ринку залежать від інтеграції зусиль зі сфери соціальної відповідальності у процеси прийняття правильних управлінських рішень та підвищення ефективності діяльності.

Протягом останніх років достатньо популярним і впливовим вважається рейтинг RepTrak – остаточний рейтинг корпоративної репутації провідних компаній світу. Для розгляду на глобальному RepTrak 100 представлена компанія має відповідати певним критеріям, за якими вона оцінюється. Компанії, які відповідають заданим критеріям, ранжують на основі сукупності оцінок їх світової репутації. Корпоративна репутація компанії визначається за допомогою оцінки репутації – від 0 до 100, яка вимірює почуття суспільства до неї. Оцінки репутації демонструють міцний позитивний зв'язок з результатами бізнесу, такими, як готовність аудиторії купувати, рекомендувати чи довіряти компанії.

Даний розрахунок Індексу корпоративної репутації складається з чотирьох основних блоків інфор-

мації: 1) загальної інформації про компанію; 2) про захист від дискримінації за статевою ознакою співробітників; 3) про захист від дискримінації за ознакою обмежених фізичних можливостей; 4) про захист від дискримінації за ознакою сексуальної орієнтації та гендерної ідентичності [4]. Даний Індекс є корисним для кожного, оскільки він дає можливість дізнатися більше про компанію: підтримує вона заборону дискримінації за всіма ознаками чи ігнорує дане питання. Промоніторивши оцінки рейтингу, кожен споживач приймає рішення, купувати чи ні товари компанії, які ігнорують політику рівності та різноманіття, або обирати саме товари або послуги тих компаній, які забезпечують рівні права для всіх співробітників без винятку [10].

Протягом 2018–2021 рр. компанії з найвищим рейтингом корпоративної репутації потрапляли в остаточні річні рейтинги, що безперечно демонструють світових лідерів, які підтримують заборону будь-яких проявів дискримінації особистості (табл. 1).

Зокрема, згідно з глобальним рейтингом RepTrak 100, протягом 2018–2019 рр. першу позицію в рейтингу займала компанія Rolex. У процесі визначення рейтингу корпоративної репутації жодна інша компанія так часто не користувалася званням найвідомішої компанії світу, як Rolex. Безперечно, сила репутації Rolex полягає у високій якості продукції, про що свідчить поліпшення ставлення споживачів до пропозицій компанії з 2020 р.

Необхідно відзначити, що у 2020–2021 рр. LEGO Group стала компанією, яка досягла «відмінної» репутації. Отже, за останнє десятиліття LEGO Group є однією з двох компаній, які послідовно входять до топ-10 найбільш авторитетних компаній. Бездоганна репутація LEGO Group має всебічний характер, – люди позитивно сприймають

Таблиця 1

Світові лідери за корпоративною репутацією

№ з/п	Рік			
	2018	2019	2020	2021
1	Rolex	Rolex	LEGO Group	LEGO Group
2	LEGO Group	LEGO Group	The Walt Disney Company	Rolex
3	Google	The Walt Disney Company	Rolex	Ferrari
4	Canon	Adidas	Ferrari	The Bosch Group
5	The Walt Disney Company	Microsoft	Microsoft	Harley-Davidson
6	SONY	SONY	Levi Strauss & Co.	Canon
7	Adidas	Canon	Netflix	Adidas
8	The Bosch Group	Michelin	Adidas	The Walt Disney Company
9	BMW Group	Netflix	The Bosch Group	SONY
10	Microsoft	The Bosch Group	Intel	Microsoft

Джерело: розроблено на основі [11–14].

усі аспекти ведення бізнесу, зокрема продукцію та послуги компанії. Відомо, що на відміну від LEGO Group і Rolex сила репутації Ferrari полягає в тому, що споживачі високо цінують фінансові результати діяльності та можливості лідерства корпорації.

Також протягом останнього десятиліття корпорація The Walt Disney Company послідовно входить до топ-10 найбільш авторитетних компаній. Так, у 2021 р. The Walt Disney Company стала єдиною компанією з питань медіа та розваг у топ-10 і є однією з двох компаній, що входять до топ-10, які отримали «відмінну» оцінку репутації з точки зору фінансових результатів діяльності.

**З**а роки існування Індексу в Україні серед постійних учасників великого бізнесу вже сформувалося тісне коло постійних, надійних і відданих цінностям ривності та поваги до різноманіття партнерів (табл. 2).

подолання безробіття в суспільстві. При спільному регулюванні соціальної відповідальності бізнесу держава ініціює розвиток цієї відповідальності, а також регуляторну політику в цій сфері, яка узгоджується з бізнесовими структурами, при цьому соціальна відповідальність бізнесу здійснюється на основі регуляторних актів держави та з ініціативи бізнесових структур. При саморегулюванні держава не має впливу на процес розвитку соціальної відповідальності бізнесу, і розробка заходів щодо формування напрямів корпоративної соціальної відповідальності корпораціями приймаються самостійно [2].

Зрозуміло, що «подальший розвиток і зміцнення українського бізнесу багато в чому залежить від того, наскільки він своєчасно й адекватно сприйматиме основні принципи корпоративної соціальної відповідальності. Тільки в цьому випадку він зможе стати двигуном позитивних змін у соціально значущих сферах суспільства, створювати і підтримувати

Таблиця 2

Топ-5 лідерів України за корпоративною репутацією

№ з/п	Рік		
	2017	2019	2020
1	1+1 media	Британська Рада Україна	Британська Рада Україна
2	Британська Рада Україна	LUSH Україна	ЕУ в Україні
3	Ашан Рітейл Україна	GfK Ukraine	EPAM Ukraine
4	ЕУ Україна	1+1 media	Lush Ukraine
5	LUSH Україна	ТОВ «ІНФО САПІЄНС»	Ашан Рітейл Україна

Джерело: розроблено на основі [9].

Отже, корпорація Британська Рада Україна протягом 2019–2020 рр. очолювала рейтинг компаній-роботодавців в Україні за політику рівних можливостей, яка гарантує чесне та справедливе ставлення до усіх людей, запобігання й усунення проявів дискримінації у працевлаштуванні та професійному розвитку [6].

Розглядаючи процеси розвитку соціальної відповідальності бізнесу, відзначимо особливе місце держави в ході цього розвитку. Організаційно-економічна основа механізму розвитку соціальної відповідальності бізнесу ґрунтується на: державному регулюванні, спільному регулюванні та саморегулюванні соціальної відповідальності бізнесу [2]. При державному регулюванні держава здійснює прямий регуляторний вплив на бізнес для формування його соціальної відповідальності, залучення бізнесу до соціальної відповідальності здійснюється шляхом регуляторної політики держави.

Основними завданнями регуляторної політики соціальної відповідальності бізнесу є: забезпечення активної участі суб'єктів підприємництва в розв'язанні соціально-економічних проблем; запровадженні інноваційної моделі розвитку соціальної відповідальності;

гідні умови праці зайнятого на його підприємствах персоналу» [8, с. 127].

У процесі реалізації Концепції ООН щодо сталого розвитку в Україні розроблено Стратегію сталого розвитку України (2020), головною передумовою реалізації якої є суспільний договір між владою, бізнесом і громадянським суспільством, в якому кожна сторона має свій діапазон відповідальності та взаємодії між різними економічними суб'єктами. Саме збалансування економічних, соціальних та екологічних інтересів людства повинно забезпечуватись шляхом відповідального ставлення та взаєморозуміння між людиною, державою, суспільством і бізнес-структурами. Це забезпечить формування сприятливого середовища для започаткування нового мислення та правильне сприйняття своєї значущості та призначення людини в соціумі.

**О**тже, важливого значення набуває забезпечення відповідального ставлення бізнесу до навколишнього середовища, процесу виробництва безпечної продукції, забезпечення своїх працівників необхідними благами, задоволення потреб

споживачів, а також взаємодії з різними групами стейкхолдерів. Такий підхід зумовлений поєднанням екологічної, економічної та соціальної складових сталого розвитку, завдяки яким можна досягти впровадження та реалізацію сучасних стратегічних орієнтирів соціальної відповідальності бізнесу (рис. 1).

ний розвиток суспільства, підвищення рівня життя тощо.

## ВИСНОВКИ

Соціальна відповідальність бізнесу повинна формуватися шляхом прийняття ефективних управ-



Рис. 1. Стратегічні орієнтири соціальної відповідальності бізнесу

Джерело: авторська розробка.

У процесі формування «корпоративної стратегії важливого значення набуває розробка заходів, які б сприяли підвищенню конкурентоспроможності українських компаній, серед яких можна запропонувати такі:

- ✦ врахування соціальної відповідальності при розробці стратегії підприємства;
- ✦ формування корпоративної стратегії базувати на принципах розуміння потреб і очікувань суспільства;
- ✦ підвищення ефективності управління ризиками;
- ✦ поліпшення взаємовідносин із зацікавленими сторонами;
- ✦ поліпшення репутації підприємства в цілому,
- ✦ а також узгодження кожного етапу та рівня формування корпоративної стратегії з базовою концепцією соціально відповідального бізнесу» [3, с. 29].

Сучасний бізнес у процесі своєї діяльності має бути соціально відповідальним завдяки як виконанню певних норм, прийняттю правильних рішень, так і дотримання моральних принципів, спрямованих на забезпечення всебічного розвитку суспільства. Такий підхід сприятиме формуванню суспільства в напрямі усвідомлення своєї значущості у вирішенні нагальних проблем, пов'язаних із сучасними перетвореннями, спрямованими на збереження довкілля, збалансова-

лінських рішень, що, своєю чергою, базуються на відповідальному ставленні до виробництва високоякісних товарів і наданні необхідних послуг, забезпеченні відповідними умовами праці працівників, збереженні довкілля та всебічному задоволенні потреб споживачів. Такий підхід зумовить формування гармонійної системи взаємодії всіх груп стейкхолдерів і реалізації стратегічних орієнтирів соціальної відповідальності бізнесу. ■

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Березянюк Т. В., Малихіна С. В., Галиця І. О. Корпоративна соціальна відповідальність як фактор ефективної діяльності сучасних підприємств харчової галузі. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*. 2021. Вип. 30. С. 172–181. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.5979651>
2. Бондарук Т. Г., Бондарук І. С. Соціальна відповідальність бізнесу: пріоритети розвитку в Україні // *Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти* : матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 16 жовтня 2020 р.). Київ : Інформаційно-аналітичне агентство, 2020. С. 23–27.
3. Комарова К. В., Ковальчук Н. В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України. *Інноваційна економіка*. 2016. № 5–6. С. 25–30. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/>

- jspui/bitstream/123456789/2470/1Соціальна%20відповідальність%20як%20складова%20стратегії.pdf
4. Компанія DuPont Pioneer увійшла до рейтингу ТОП-15 роботодавців України з найвищим показником підтримки гендерної рівності / Agroexpert. 30.07.2018. URL: <https://agroexpert.ua/kompania-dupont-pioneer-uviisla-do-reitingu-top-15-robotodavciv-ukraini-z-naivisim-pokaznikom/>
  5. Коренюк П. І., Коваленко О. В., Коваленко А. Є. Соціальна відповідальність бізнесу // Проблеми розвитку третього сектора та соціально-орієнтованої економіки в Україні і світі : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції (м. Полтава, 30 березня 2021 р.). Полтава, 2021. С. 67–74. URL: <https://cutt.ly/zEQyb2>
  6. Можливості працевлаштування в Британській Раді / BritishCouncil. URL: <https://www.britishcouncil.org.ua/about/jobs>
  7. Остапчук Т. П., Бірюченко С. Ю. Управління внутрішньою соціальною відповідальністю підприємства: суть та ефективність реалізації. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 458–465. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-458-465>
  8. Страшинська Л. В., Лелека О. О., Анікеєнко Є. С. Соціальна відповідальність бізнесу // II International science conference of science and practical technologies (26–29 January, 2021). Luxembourg, 2021. P. 127–129. URL: [http://dSPACE.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/34617/1/Social\\_responsibility\\_of\\_business.pdf](http://dSPACE.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/34617/1/Social_responsibility_of_business.pdf)
  9. Український індекс корпоративної рівності. URL: <https://www.t-o.org.ua/cei>
  10. Що таке «корпоративна рівність» і чому це важливо? / НАЛІУ. URL: <https://naiu.org.ua/project-naiu/ukrayinskyj-indeks-korporatyvnoyi-rivnosti/>
  11. Global RepTrak 100 – 2018. Ranking The Brands. URL: <https://www.rankingthebrands.com/The-Brand-Rankings.aspx?rankingID=248&year=1206>
  12. Global RepTrak 100 – 2019. Ranking The Brands. URL: <https://www.rankingthebrands.com/The-Brand-Rankings.aspx?rankingID=248&year=1254>
  13. Global RepTrak 100 – 2020. Ranking The Brands. URL: <https://www.rankingthebrands.com/The-Brand-Rankings.aspx?rankingID=248&year=1306>
  14. Global RepTrak 100 – 2021. Ranking The Brands. URL: <https://www.reptrak.com/blog/introducing-the-2021-global-reprtrak-100/>
  15. What is social responsibility? American Society for Quality. URL: <https://asq.org/quality-resources/social-responsibility>
- REFERENCES**
- Berezianko, T. V., Malykhina, S. V., and Halytsia, I. O. "Korporativna sotsialna vidpovidalnist yak faktor efektyvnoi diialnosti suchasnykh pidpriemstv kharchovoi haluzi" [Corporate Social Responsibility as a Factor of Effective Activity of Modern Enterprises in the Food Industry]. *Naukovi zapysky Lvivskoho universytetu biznesu ta prava*, no. 30 (2021): 172-181. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.5979651>
- Bondaruk, T. H., and Bondaruk, I. S. "Sotsialna vidpovidalnist biznesu: priorytety rozvytku v Ukraini" [Social Responsibility of Business: Development Priorities in Ukraine]. *Stratehiia rozvytku Ukrainy: finansovo-ekonomichnyi ta humanitarnyi aspekty*. Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo, 2020. 23-27.
- "Global RepTrak 100 – 2018". Ranking The Brands. <https://www.rankingthebrands.com/The-Brand-Rankings.aspx?rankingID=248&year=1206>
- "Global RepTrak 100 – 2019". Ranking The Brands. <https://www.rankingthebrands.com/The-Brand-Rankings.aspx?rankingID=248&year=1254>
- "Global RepTrak 100 – 2020". Ranking The Brands. <https://www.rankingthebrands.com/The-Brand-Rankings.aspx?rankingID=248&year=1306>
- "Global RepTrak 100 – 2021". Ranking The Brands. <https://www.reptrak.com/blog/introducing-the-2021-global-reprtrak-100/>
- "Kompaniia DuPont Pioneer uviisla do reitynhu TOP-15 robotodavciv Ukrainy z naivyshchym pokaznykom pidtrymky hendernoi rivnosti" [DuPont Pioneer Entered the TOP-15 Ranking of Ukrainian Employers with the Highest Level of Support for Gender Equality]. *Agroexpert*. July 30, 2018. <https://agroexpert.ua/kompania-dupont-pioneer-uviisla-do-reitingu-top-15-robotodavciv-ukraini-z-naivisim-pokaznikom/>
- Komarova, K. V., and Kovalchuk, N. V. "Sotsialna vidpovidalnist yak skladova stratehii rozvytku biznesu na pidpriemstvakh Ukrainy" [Social Responsibility as an Integral Part of Strategy for the Development of Business at Ukraine Enterprises]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 5-6 (2016): 25–30. <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/2470/1Соціальна%20відповідальність%20як%20складова%20стратегії.pdf>
- Koreniuk, P. I., Kovalenko, O. V., and Kovalenko, A. Ye. "Sotsialna vidpovidalnist biznesu" [Social Responsibility of Business]. *Problemy rozvytku tretyoho sektora ta sotsialno-orientovanoi ekonomiky v Ukraini i sviti*. 2021. <https://cutt.ly/zEQyb2>
- "Mozhlyvosti pratsevlashtuvannia v Brytanskii Radi" [Employment Opportunities in the British Council]. British Council. <https://www.britishcouncil.org.ua/about/jobs>
- Ostapchuk, T. P., and Biriuchenko, S. Yu. "Upravlinnia vnutrishnyoiu sotsialnoiu vidpovidalnistiu pidpriemstva: sut ta efektyvnist realizatsii" [The Internal Social Responsibility Management: Essence and Efficiency of Implementation]. *Biznes Inform*, no. 5 (2020): 458-465. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-458-465>
- "Shcho take «korporativna rivnist» i chomu tse vazhlyvo?" [What Is "Corporate Equality" and Why Is It Important?]. NALIU. <https://naiu.org.ua/project-naiu/ukrayinskyj-indeks-korporatyvnoyi-rivnosti/>
- Strashynska, L. V., Leleka, O. O., and Anikeienko, Ye. S. "Sotsialna vidpovidalnist biznesu" [Social Responsibility of Business]. II International science conference of science and practical technologies. 2021. [http://dSPACE.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/34617/1/Social\\_responsibility\\_of\\_business.pdf](http://dSPACE.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/34617/1/Social_responsibility_of_business.pdf)
- "Ukrainskyi indeks korporatyvnoi rivnosti" [Ukrainian Index of Corporate Equality]. <https://www.t-o.org.ua/cei>
- "What is social responsibility?" American Society for Quality. <https://asq.org/quality-resources/social-responsibility>