

СУТНІСТЬ, ЕЛЕМЕНТИ ТА СКЛАДОВІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

©2023 ГОВСІЄВ Д. Д.

УДК 330.87
JEL: M14

Говсієв Д. Д. Сутність, елементи та складові соціальної відповідальності підприємств

Метою статті є дослідження та узагальнення теоретичних положень щодо соціальної відповідальності підприємств у контексті динамічності та невизначеності середовища. При аналізі й узагальненні наукових праць багатьох учених було визначено, що соціальна відповідальність підприємства спрямована на створення позитивного впливу на соціально-економічне оточення підприємства та може привести до різних позитивних результатів, включно з фінансовим успіхом, поліпшенням репутації та створенням сприятливого іміджу на ринку. У результаті дослідження проаналізовано підходи до формування концепції корпоративної соціальної відповідальності, які можуть співіснувати та взаємодоповнювати один одного. Визначено основні характеристики соціальної відповідальності, до яких віднесено: суспільний характер відповідальності; залежність від соціальних якостей особи та суспільних норм і цінностей; інтегрування їх у суспільну систему. Охарактеризовано особливості правової та неправової соціальної відповідальності підприємств і визначено їх складові. Виокремлено основні типи компаній, які визначають тенденції у сфері соціального впливу, та обґрунтовано, що «соціальні новатори» можуть виступати як каталізатори для подальшого розвитку сфери соціальної відповідальності, адже такі підприємства ставлять перед собою завдання не лише дотримуватися стандартів соціальної відповідальності, але й бути активними лідерами в розробці новаторських підходів та рішень для вирішення соціальних проблем. Проаналізовано особливості найбільшої у світі ініціативи у сфері корпоративної соціальної відповідальності – Глобальний договір ООН, який покликаний сприяти створенню більш стійких та етичних корпорацій, які не лише генерують прибуток, а й приносять користь суспільству та навколишньому середовищу. Обґрунтовано, що соціальна відповідальність може бути конкурентною перевагою, підсилюючи репутацію підприємства та стимулюючи інноваційні рішення. Перспективи подальших розвідок лежать у полі дослідження особливостей впровадження та реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності підприємства.

Ключові слова: соціальна відповідальність підприємств, соціальні результати, проекти, соціальні аспекти, екологічні аспекти, соціальні проблеми.

Рис.: 2. Бібл.: 16.

Говсієв Дмитро Дмитрович – аспірант кафедри економіки повітряного транспорту, факультет економіки та бізнес-адміністрування, Національний авіаційний університет (просп. Любомира Гузара, 1, Київ, 03058, Україна)

E-mail: hovsieiev@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3824-1996>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=58190752900>

UDC 330.87
JEL: M14

Hovsieiev D. D. The Essence, Elements and Components of Social Responsibility of Enterprises

The aim of the article is to study and generalize the theoretical provisions on the social responsibility of enterprises in the context of dynamism and uncertainty of the environment. When analyzing and summarizing the scientific works of many scholars, it was determined that the social responsibility of the enterprise is aimed at creating a positive impact on the socioeconomic environment of the enterprise and can lead to various positive results, including financial success, improving reputation and creating a favorable image in the market. As a result of the study, approaches to the formation of the concept of corporate social responsibility, which can coexist and complement each other, are analyzed. The main characteristics of social responsibility are defined, including: the social nature of responsibility; dependence on the social qualities of the individual and social norms and values, their integration into the social system. The features of legal and non-legal social responsibility of enterprises are characterized and their components are defined. The main types of companies that determine trends in the sphere of social influence have been allocated, and it has been substantiated that «social innovators» can act as catalysts for further development of the sphere of social responsibility, since such enterprises set themselves the task not only to comply with the standards of social responsibility, but also to be active leaders in the development of innovative approaches and solutions to solve social problems. The article also analyzes the features of the world's largest initiative in the field of corporate social responsibility – the UN Global Compact, which is designed to promote the creation of more sustainable and ethical corporations that not only generate profit, but also benefit society and the environment. It is substantiated that social responsibility can be a competitive advantage, strengthening the reputation of enterprise and stimulating innovative solutions. Prospects for further research lie in the field of studying the features of introduction and implementation of the strategy of corporate social responsibility of enterprise.

Keywords: social responsibility of enterprises, social results, projects, social aspects, ecological aspects, social problems.

Fig.: 2. Bibl.: 16.

Hovsieiev Dmytro D. – Postgraduate Student of the Department of Air Transport Economics, Faculty of Economics and Business Administration, National Aviation University (1 Liubomyra Husara Ave., Kyiv, 03058, Ukraine)

E-mail: hovsieiev@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3824-1996>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=58190752900>

Сучасне бізнес-середовище ставить перед підприємствами більше завдань, ніж лише забезпечення фінансової стабільності та прибутковості. Споживачі стали більш свідомими та вимогливими, а інвестори все більше звертають увагу на етичні й екологічні аспекти діяльності. У цьому контексті соціальна відповідальність підприємств стає необхідною, а не просто опцією. Суть соціальної відповідальності полягає в тому, щоб підприємства враховували вплив своєї діяльності на суспільство та навколишнє середовище та вживали конкретних заходів для забезпечення позитивного впливу і зменшення негативних наслідків. Тому дослідження соціальної відповідальності підприємств виявляється необхідною та надзвичайно актуальною темою, адже ця концепція охоплює складні взаємовідносини між бізнесом, суспільством і навколишнім середовищем і визначає, як підприємства повинні взаємодіяти з ними на шляху до сталого розвитку.

Питання соціальної відповідальності підприємств розглядали у своїх працях такі науковці, як: Ареф'єва О., Коваленко Н. [1], Бугаєва М. [2], Длугопольський О., Олійник Д. [3], Лункіна Т. [6], Остапчук Т., Бірюченко С. [10], Прохорова В. [11], Райко Д., Подрез О. [12], Руденко О., Кондратюк О., Горєва А. [13], Сазонець О., Терєбій А. [14], Стеценко В., Березова Ю. [15] та інші. Проте, зважаючи на глобальні тенденції, актуалізується необхідність дослідження соціальної відповідальності підприємств через низку сучасних економічних, суспільних та екологічних викликів.

Метою статті є дослідження й узагальнення теоретичних положень щодо соціальної відповідальності підприємств у контексті динамічності та невідзначеності середовища.

Сучасний світ переживає значні зміни в способах споживання, технологічному розвитку та свідомому сприйнятті впливу господарської діяльності на навколишнє середовище та суспільство. У цьому контексті підприємства стають важливими агентами змін, впливаючи на соціальні, екологічні та економічні аспекти. Відповідно, актуалізуються питання розуміння сутності та ключових складових соціальної відповідальності підприємств у контексті динамічності середовища.

Сутність соціальної відповідальності підприємств тлумачиться через призму різних підходів, адже дане поняття є досить комплексним і багатограним. У цьому контексті важливо розглянути різні підходи до визначення сутності соціальної відповідальності підприємств.

Д. В. Райко, О. І. Подрез соціальну відповідальність підприємства визначають як «добровільну ініціативу підприємства, що реалізується через виконання екологічних, економічних, соціальних програм, відповідно до законодавства, спрямовану на власний сталий розвиток з метою підвищення прибутковості, рівня добробуту працівників, мешканців регіону, де

функціонує підприємство, а також галузі, до якої воно відноситься, та країни в цілому» [12, с. 186].

М. В. Бугаєва пропонує визначати соціальну відповідальність як «складну систему взаємопов'язаних елементів управління ресурсами підприємства, що націлена на вирішення суперечливих розбіжностей зацікавлених сторін (стейкхолдерів), з метою забезпечення стійкого розвитку підприємства, а також відповідальність тих, хто ухвалює бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення впливають» [2, с. 138].

О. В. Руденко, О. М. Кондратюк, А. С. Горєва визначають соціальну відповідальність як самостійну, ініціативну, систематичну діяльність суб'єктів господарювання щодо формування взаємовідносин із суспільством, населенням, партнерами, органами влади, із метою узгодження та/або задоволення фінансових, соціальних, етичних, економічних інтересів усіх груп зацікавлених користувачів на взаємовигідних умовах для досягнення як економічних, так і соціальних результатів» [13].

О. Ареф'єва, Н. Коваленко під соціальною відповідальністю бізнесу розглядають «універсальну форму взаємовідносин суб'єктів бізнесу та держави, суспільства та інших його інститутів, а також можливість оцінювати наслідки своєї діяльності для розвитку суспільства» [1].

А якщо деталізований підхід до визначення сутності соціальної відповідальності підприємства наводять у своїй праці Т. П. Остапчук, С. Ю. Бірюченко, які визначають соціальну відповідальність як дії підприємства, спрямовані на поліпшення соціально-економічного середовища, які виходять за рамки законодавчих вимог і використовують соціальні інструменти з метою побудови позитивного іміджу на ринку. Ці дії можуть привести до таких результатів:

- ✦ отримання доступу до соціальних інвестицій, де інвестори враховують показники, пов'язані із соціальною та етичною діяльністю підприємства, розвитком персоналу та ефективним використанням ресурсів;
- ✦ збільшення прибутку та зростання господарської активності завдяки підвищенню якості продукції та продуктивності праці;
- ✦ збільшення обсягів продажів і підвищення лояльності клієнтів;
- ✦ поліпшення бренду та репутації, що сприяє розширенню ринків та розвитку нових напрямків бізнесу;
- ✦ здатність залучати та утримувати персонал, оскільки люди більше схильні працювати на підприємствах, які поділяють їхні цінності;
- ✦ підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- ✦ зменшення претензій з боку державних органів;
- ✦ поліпшення управління ризиками [10, с. 463–464].

Загалом, соціальна відповідальність підприємства спрямована на створення позитивного впливу на соціально-економічне оточення підприємства і може привести до різних позитивних результатів, включно із фінансовим успіхом, поліпшення репутації та створенням сприятливого іміджу на ринку.

Сучасна суспільна система цінностей вимагає від підприємств зміни їхніх пріоритетів у розвитку. Тепер важливими стають соціальні та екологічні аспекти, що, своєю чергою, зумовлює необхідність перегляду критеріїв розвитку [5, с. 65].

Така зміна цільових установок розвитку підприємств обумовлена важливим переходом до нової парадигми, де соціально-екологічні аспекти стають визначальними в сучасному бізнесі, а концепція корпоративної соціальної відповідальності виступає одним із ключових інструментів для впровадження цих змін у практику діяльності підприємств.

Концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) включає в себе чотири основні підходи, кожен із яких надає пріоритет різним аспектам відносин між підприємствами та суспільством:

1. *Економічний підхід*: визначає, що основною функцією підприємств є виробництво товарів і послуг, отримання прибутку та задоволення попиту населення, а також створення робочих місць.
2. *Політичний підхід*: передбачає внески та допомогу підприємств організаціям, проектам і громадським ініціативам, спрямованим на поліпшення життя громади. Великі підприємства добровільно втручаються в рішення різних суспільно-політичних проблем і виконують функції, які раніше були віднесені до обов'язків уряду, такі як боротьба з бідністю або зменшення гендерної нерівності.
3. *Соціальний підхід*: базується на вимогах суспільства до підприємств і визначає, що вони повинні враховувати соціальні аспекти своєї діяльності. Це включає в себе забезпечення гідних умов праці та розвитку для свого персоналу, раціональне використання природних ресурсів та відповідальне ставлення до впливу на навколишнє середовище.
4. *Етичний підхід*: акцентує на етичних нормах і цінностях у діяльності підприємства. Він вимагає створення гідних умов для працівників, відповідального ведення бізнесу та уникнення негативного впливу на суспільство та довкілля. Етичний підхід передбачає, що підприємства повинні діяти з моральною відповідальністю перед сучасними та майбутніми поколіннями [15, с. 245–246].

Ці чотири підходи можуть співіснувати та взаємодоповнювати один одного, і вони допомагають підприємствам розвивати більш комплексний підхід до корпоративної соціальної відповідальності, який

враховує економічні, соціальні, етичні та політичні аспекти своєї діяльності.

В умовах зростаючої конкуренції та у зв'язку з необхідністю реагування на екологічні та соціальні виклики виникає необхідність переходу від традиційних бізнес-практик до більш соціально орієнтованих. Для глибшого розуміння соціальної відповідальності підприємств важливо розуміти сутність правової та неправової соціальної відповідальності [6], де перша ґрунтується на зобов'язаннях, встановлених законодавством, тоді як друга виходить за межі юридичних норм і базується на внутрішніх цілях і переконаннях підприємства (рис. 1).

Соціальна відповідальність, як ключовий аспект сучасного суспільного та бізнесового контексту, має ряд характеристик, які визначають її сутність і вплив на індивідів та організації. Передусім важливо підкреслити її суспільний характер, адже вона передбачає взаємодію та відповідальність перед суспільством загалом, а не лише перед окремими індивідами чи групами, а також враховує вплив діяльності на загальний добробут. Також соціальна відповідальність підприємств зумовлює необхідність їх інтегрування в суспільну систему та врахування усталених суспільних стандартів. Загалом визначені характеристики підкреслюють важливість і складність соціальної відповідальності, яка базується на взаємодії індивідів, організацій та суспільства в цілому для досягнення позитивних змін і підвищення рівня добробуту.

Виділяють чотири основні типи компаній, які визначають тенденції у сфері соціального впливу:

1. *Максимізатор акціонерів* – основний акцент робиться на максимізації вартості акціонерів, і соціальний вплив, як правило, не включається до стратегічного плану. Цей архетип характерний для компаній, які надають фінансові послуги, або ж їх діяльність пов'язана із нафтогазовою сферою.
2. *Корпоративний внесок* – цей архетип є найпоширенішим, характеризується тим, що для зменшення зовнішнього ризику та підвищення рівня взаємовідносин із зацікавленими сторонами корпоративні учасники беруть участь у ініціативах соціального впливу.
3. *Інтегратор впливу* – характеризується тим, що соціальну відповідальність включено до загальної стратегії, і для оцінки її ефективності використовуються додаткові показники.
4. *Соціальний новатор* – характеризується тим, що соціальна складова виступає невід'ємною частиною стратегії, охоплює всі аспекти бізнесу та підрозділи компанії. Соціальна місія стає головною, і в рамках бізнесу створюються соціально відповідальні товари. Паралельно з фінансовими показниками аналізуються показники соціального впливу [4, с. 82–83].

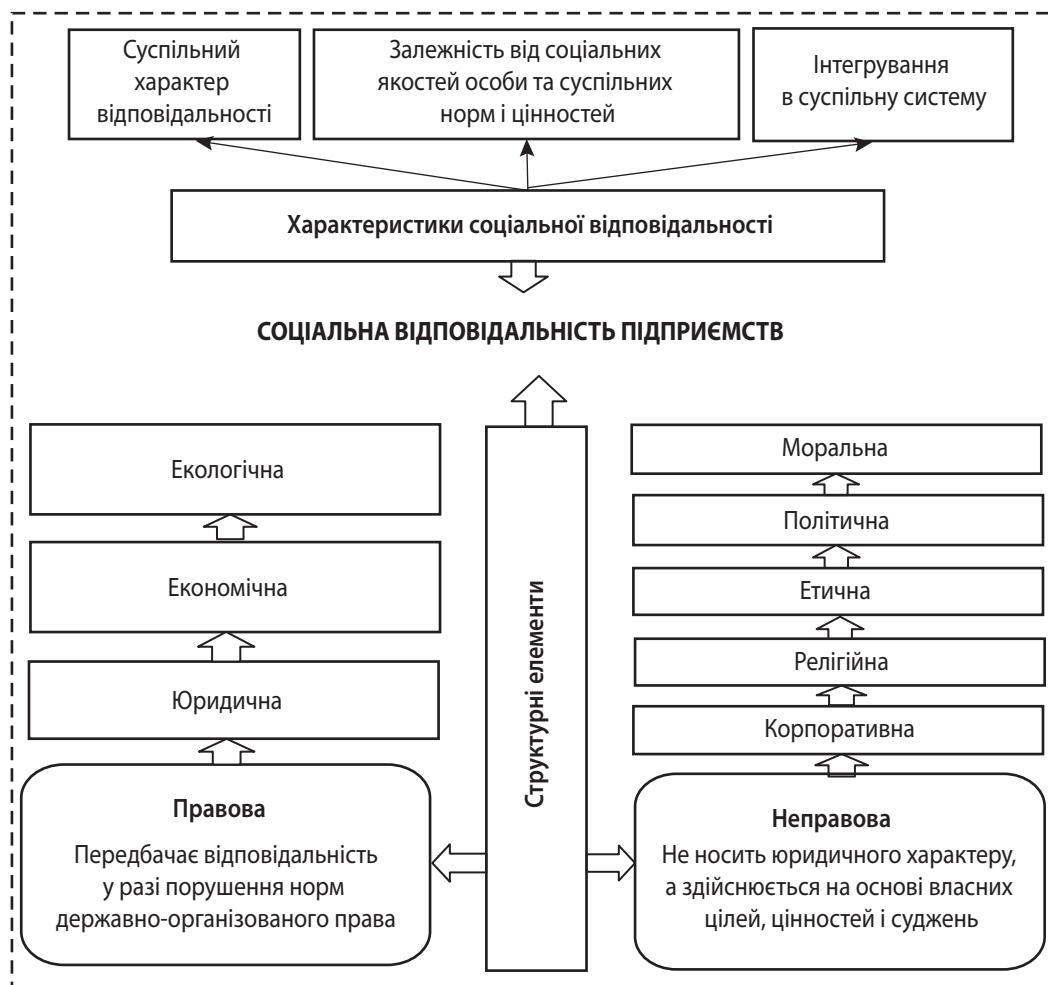


Рис. 1. Характеристика соціальної відповідальності підприємств

Джерело: розроблено автором за даними [3; 6; 7; 11].

Аналізуючи вищеозначені архетипи, варто зазначити, що «соціальні новатори» можуть виступати як каталізатори для подальшого розвитку сфери соціальної відповідальності, адже такі підприємства ставлять перед собою завдання не лише дотримуватися стандартів соціальної відповідальності, але й бути активними лідерами в розробці новаторських підходів та рішень для вирішення соціальних проблем, вони прагнуть змінювати «правила гри» у сфері соціального впливу, ініціюючи інноваційні програми та проекти, спрямовані на створення позитивних змін у суспільстві.

Відзначаючи різноманітність компаній у підходах до соціальної відповідальності, важливо підкреслити, що існують ініціативи, які об'єднують бізнеси та організації з усього світу на шляху до спільної мети. Зокрема, найбільшою у світі ініціативою у сфері корпоративної соціальної відповідальності є Глобальний договір ООН, який встановлює стандарти та норми для підприємств у всьому світі, що прагнуть діяти відповідально та з урахуванням соціальних, екологічних і гуманітарних аспектів [14, с. 45].

Глобальний договір ООН покликаний сприяти створенню більш сталих та етичних корпорацій, які не лише генерують прибуток, а й приносять користь суспільству та навколишньому середовищу. Наразі до мережі Глобального договору в Україні приєднались 132 суб'єкти (комерційні підприємства, неурядові асоціації, організації тощо). Розподіл діяльних членів – учасників Глобального договору ООН, виходячи із року їх приєднання до ініціативи, наведено на рис. 2. Протягом останніх років, незважаючи на вплив факторів зовнішнього середовища, спостерігається позитивна динаміка, що є важливим кроком уперед для українських компаній у сприянні сталому розвитку, веденні ділової діяльності відповідно до високих стандартів соціальної й екологічної відповідальності та співпраці з Глобальним договором ООН у відповіді на глобальні виклики та досягненні Цілей сталого розвитку.

Незважаючи на очевидні переваги соціально відповідальної підприємств, в Україні спостерігаються низка проблем і перешкод, які гальмують ці процеси. До цих проблем і перешкод можна віднести такі:

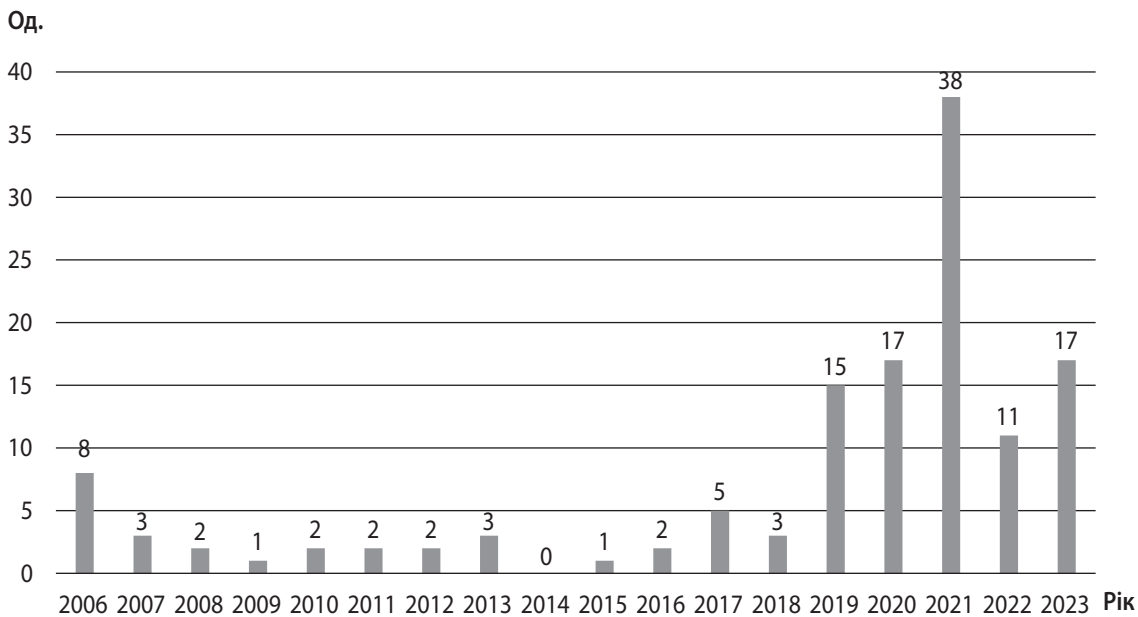


Рис. 2. Розподіл діяльних вітчизняних членів – учасників Глобального договору ООН виходячи із року їх приєднання
 Джерело: складено автором за даними [16].

- ✦ фінансова слабкість вітчизняних підприємств призводить до дефіциту коштів, що змушує керівників скорочувати бюджети та відмовлятися від програм і проєктів, які не мають швидкої вигоди;
- ✦ низький рівень фінансової та інформаційної прозорості бізнесу та страх перед можливим збільшенням вразливості щодо конкурентів, недобросовісних співпрацівників державних органів та інших суб'єктів;
- ✦ недосконалість нормативно-правової бази, що може впливати на мотивацію та можливість здійснення соціально відповідальних заходів підприємствами;
- ✦ відсутність розвиненого механізму державно-приватного партнерства, що обмежує можливість залучення ресурсів підприємницького сектора для спільного розв'язання соціально-економічних завдань у регіонах;
- ✦ недостатній досвід реалізації соціально відповідальних заходів вітчизняними підприємствами та невірне розуміння цієї концепції самим бізнесом і суспільством [9].

Тому в наявних умовах вітчизняні компанії як ніколи повинні осучаснювати підхід до бізнесу, особливо увагу приділяючи не лише принципам, за якими витрати на забезпечення сталого розвитку перетворюються на стійкі та продуктивні інвестиції [8, с. 3], а і соціальній відповідальності. В умовах воєнного стану компанії повинні підтримувати свою готовність не лише до реагування на надзвичайні ситуації, але й активно сприяти створенню стабільності та поліпшенню життя в суспільстві. Це може включати в себе ініціативи з підтримки вразливих груп насе-

лення, надання послуг для поліпшення якості життя та допомогу у відновленні інфраструктури. Спільна праця підприємств із урядом і громадськими організаціями може створити позитивний вплив і сприяти загальній стійкості та відновленню країни.

Отже, соціальна відповідальність підприємств є необхідним та актуальним аспектом у сучасному світі. Важливо розуміти, що соціальна відповідальність не лише відображає етичний стандарт, але й може бути конкурентною перевагою, підсилюючи репутацію підприємства та стимулюючи інноваційні рішення. Загалом соціальна відповідальність є ключем до розвитку, який здатен сприяти сталому та гармонійному співіснуванню підприємств і суспільства.

ВИСНОВКИ

Соціальна відповідальність підприємств стає все більш важливою складовою сучасного бізнесу в умовах зростаючого усвідомлення громадськості та впливу суспільних чинників на підприємства. Підприємства виявляють підвищений інтерес до розробки та впровадження стратегій соціальної відповідальності, що включають в себе активну підтримку спільнот, збереження навколишнього середовища, поліпшення умов праці та багато інших аспектів, спрямованих на поліпшення життя та добробуту суспільства. Така зміна підходів сприяє зміцненню стосунків між підприємствами, споживачами, урядом та іншими зацікавленими сторонами.

Важливою деталлю є той факт, що соціальна відповідальність не тільки сприяє розвитку позитивного іміджу підприємства, але й має конкретні позитивні

впливи на суспільство, навколишнє середовище та якість життя людей. Україна, на тлі повномасштабного вторгнення, стала майданчиком активного зростання соціальної відповідальності підприємств, де громадянська позиція власників та працівників відіграє ключову роль у цьому процесі. Така позиція має значний вплив на споживачів, що все більше віддають перевагу підприємствам, які демонструють активну соціальну позицію. Спільна робота підприємств, громади та держави у сфері соціальної відповідальності створює позитивні перспективи для поліпшення якості життя громадян, розвитку суспільства та забезпечення сталого зростання економіки. Таким чином, соціальна відповідальність підприємств відіграє важливу роль у формуванні кращого та більш сталого майбутнього.

Перспективи подальших розвідок лежать у полі дослідження особливостей впровадження та реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності підприємства. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Ареф'єва О., Коваленко Н. Стратегічні орієнтири соціально-відповідального бізнесу в умовах зеленої економіки. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія «Економіка»*. 2022. Вип. 14. DOI: [https://doi.org/10.33296/2707-0654-14\(28\)-02](https://doi.org/10.33296/2707-0654-14(28)-02)
2. Бугаєва М. В. Напрями впровадження та реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності підприємства // *Матеріали Всеукр. науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (м. Кропивницький, 16 квітня 2020 р.)*. Кропивницький : РВЛ ЦНТУ, 2020. С. 137–142. URL: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/9699/1/Materiali%20konferents%2016-04-2020%20CUNTU.pdf>
3. Длугопольський О. В., Олійник Д. М. Соціальна відповідальність бізнесу: приклади розвинутих країн світу для України. *European Scientific Journal of Economic and Financial Innovation*. 2020. Vol. 2. No. 6. P. 265–273. DOI: <http://doi.org/10.32750/2020-0225>
4. Залізнюк В. П., Сафонік Н. П., Кая А. С. Розвиток концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері вітчизняного та міжнародного бізнесу. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2021. Вип. 6. С. 80–86. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-6-16>
5. Лепейко Т. І., Мазоренко О. В. Розвиток підприємства як соціально-екологічної системи в умовах нестабільності. *Механізм регулювання економіки*. 2017. № 3. С. 65–75. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/68481/1/Lepeiko_Enterprise_Development.pdf;jsessionid=84A726A37567C5BD318B5B99B68E666C
6. Лункіна Т. І. Формування соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору економіки України : дис. ... д-ра. екон. наук : 08.00.04. Миколаїв, 2019. 706 с.
7. Макаренко Л. О. Суб'єкт правової культури: концептуальні засади дослідження. *ScienceRise: Juridical Science*. 2018. No. 3. S. 15–21. DOI: <https://doi.org/10.15587/2523-4153.2018.143337>
8. Маслак О. І., Гришко Н. Є., Яковенко Я. Ю. та ін. Циркулярна економіка в Україні: екологічне, соціальне та корпоративне управління (ESG) як інструмент стійкості соціально-відповідального бізнесу в умовах подолання пандемії COVID-19. *Вісник НТУ «ХП»*. Серія «Економічні науки». 2022. № 3. С. 3–8. DOI: [10.20998/2519-4461.2022.3.3](https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.3.3)
9. Мінц О. Ю., Камишишкіна Е. В. Імплементация міжнародних стандартів у сфері корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах України. *Ефективна економіка*. 2019. № 9. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.9.5>
10. 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>
11. Прохорова В. В. Формування та посилення соціальної відповідальності підприємств в Україні. *Менеджер [Вісник Донецького державного університету управління]*. 2013. Т. 65. № 3. С. 128–132.
12. Райко Д. В., Подрез О. І. Соціальна відповідальність як інструмент управління сталим розвитком промислового підприємства. *Проблеми економіки*. 2020. № 1. С. 173–189. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-1-173-189>
13. Руденко О. В., Кондратюк О. М., Горєва А. С. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та нефінансова звітність. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.11.102>
14. Сазонець О. М., Терєбій А. А. Формування концепції корпоративної соціальної відповідальності на основі глобального договору ООН. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 21. С. 44–52. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.21.44>
15. Стеценко В., Березова Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств в умовах пандемії. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 2. С. 243–250. DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.243
16. United Nations Global Compact. URL: https://unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/search?search%5Bkeywords%5D=&search%5Bcountries%5D%5B%5D=206&search%5Bsort_field%5D=&search%5Bsort_direction%5D=asc&search%5Bper_page%5D=10

Науковий керівник – Ареф'єва О. В., доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри економіки повітряного транспорту, Національний авіаційний університет (Київ)

REFERENCES

- Arefieva, O., and Kovalenko, N. "Stratehichni oriientyry sotsialno-vidpovidalnoho biznesu v umovakh zelenoi ekonomiky" [Strategic Orientations of Socially Responsible Business in the Conditions of the Green Economy]. *Adaptyvne upravlinnia: teoriia i praktyka. Seriiia «Ekonomika»*, no. 14 (2022). DOI: [https://doi.org/10.33296/2707-0654-14\(28\)-02](https://doi.org/10.33296/2707-0654-14(28)-02)

- Buhaieva, M. V. "Napriamy vprovadzhennia ta realizatsii stratehii korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstva" [Directions of Implementation and Implementation of the Enterprise's Corporate Social Responsibility Strategy]. *Materialy Vseukr. naukovopraktychnoi konferentsii studentiv, aspirantiv ta molodykh uchenykh. Kropyvnytskyi* : RVL TsNTU (2020): 137-142. <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/9699/1/Materiali%20konferents%2016-04-2020%20CUNTU.pdf>
- Dluhopolskyi, O. V., and Oliinyk, D. M. "Sotsialna vidpovidalnist biznesu: pryklady rozvynutykh krain svitu dlia Ukrainy" [Corporate Social Responsibility: Example of High Developed Countries for Ukraine]. *European Scientific Journal of Economic and Financial Innovation*, vol. 2, no. 6 (2020): 265-273.
DOI: <http://doi.org/10.32750/2020-0225>
- Lepeiko, T. I., and Mazorenko, O. V. "Rozvytok pidpriemstva yak sotsialno-ekolohichnoi systemy v umovakh nestabilnosti" [Development of the Enterprise as a Socio-ecological System in Conditions of Instability]. *Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky*, no. 3 (2017): 65-75. https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/68481/1/Lepeiko_Enterprise_Development.pdf;jsessionid=84A726A37567C5BD318B5B99B68E666C
- Lunkina, T. I. "Formuvannia sotsialnoi vidpovidalnosti subiektiv aharnoho sektoru ekonomiky Ukrainy" [Formation of Social Responsibility of Subjects of the Agrarian Sector of the Economy of Ukraine]: *dys. ... d-ra ekon. nauk* : 08.00.04, 2019.
- Makarenko, L. O. "Subiekt pravovoi kultury: kontseptualni zasady doslidzhennia" [The Subject of Legal Culture: Conceptual Principles of Research]. *ScienceRise: Juridical Science*, no. 3 (2018): 15-21.
DOI: <https://doi.org/10.15587/2523-4153.2018.143337>
- Maslak, O. I. et al. "Tsyrukuliarna ekonomika v Ukraini: ekolohichne, sotsialne ta korporatyvne upravlinnia (ESG) yak instrument stiikosti sotsialno-vidpovidalnoho biznesu v umovakh podolannia pandemii COVID-19" [Circular Economy in Ukraine: Environmental, Social and Corporate Governance (ESG) as a Tool for the Sustainability of Socially Responsible Business in the Conditions of Overcoming the COVID-19 Pandemic]. *Visnyk NTU «KhPI». Seriiia «Ekonomichni nauky»*, no. 3 (2022): 3-8.
DOI: 10.20998/2519-4461.2022.3.3
- Mints, O. Yu., and Kamyshnykova, E. V. "Implementatsiia mizhnarodnykh standartiv u sferi korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti na promyslovykh pidpriemstvakh Ukrainy" [Implementation of International Standards in Corporate Social Responsibility Sphere at Industrial Enterprises of Ukraine]. *Efektivna ekonomika*, no. 9 (2019).
DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.9.5>
- 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>
- Prokhorova, V. V. "Formuvannia ta posylennia sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstv v Ukraini" [Formation and Strengthening of Social Responsibility of Enterprises in Ukraine]. *Menedzher [Visnyk Donetskoho derzhavnogo universytetu upravlinnia]*, vol. 65, no. 3 (2013): 128-132.
- Raiko, D. V., and Podrez, O. I. "Sotsialna vidpovidalnist yak instrument upravlinnia stalym rozvytkom promyslovoho pidpriemstva" [Social Responsibility as a Tool for Managing Sustainable Development of an Industrial Enterprise]. *Problemy ekonomiky*, no. 1 (2020): 173-189.
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-1-173-189>
- Rudenko, O. V., Kondratiuk, O. M., and Horieva, A. S. "Sotsialna vidpovidalnist biznesu: sutnist, oblikovyi aspekt ta nefinansova zvitnist" [Business Social Responsibility: Essence, Accounting Aspect and Non-Financial Statements]. *Efektivna ekonomika*, no. 11 (2020).
DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.11.102>
- Sazonets, O. M., and Terebii, A. A. "Formuvannia kontseptsii korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti na osnovi hlobalnoho dohovoru OON" [Formation of the Concept of Corporate Social Responsibility on the Basis of the UN Global Compact]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 21 (2021): 44-52.
DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.21.44>
- Stetsenko, V., and Berezova, Yu. "Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist pidpriemstv v umovakh pandemii" [Corporate Social Responsibility of Enterprises in the Pandemic Conditions]. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk*, no. 2 (2020): 243-250.
DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.243
- United Nations Global Compact. https://unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/search?search%5Bkeywords%5D=&search%5Bcountries%5D%5B%5D=206&search%5Bsort_field%5D=&search%5Bsort_direction%5D=asc&search%5Bper_page%5D=10
- Zalizniuk, V. P., Safonik, N. P., and Kaia, A. S. "Rozvytok kontseptsii korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti u sferi vitchezniianoho ta mizhnarodnoho biznesu" [Development of Corporate Social Responsibility Concept in the Sphere of Domestic and International Business]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi*, no. 6 (2021): 80-86.
DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-6-16>