

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2024. № 1.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.1.58>
УДК 005.35

Д. С. Бутенко,

*к. е. н., доцент, доцент кафедри підприємництва і торгівлі,
Харківський національний економічний університет ім. Семе́на Кузне́ця*

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7027-7767>

Д. М. Сороченко,

*магістрант кафедри підприємництва і торгівлі,
Харківський національний економічний університет ім. Семе́на Кузне́ця*

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0003-1758-6597>

ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕС-СТРУКТУР

D. Butenko,

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of
Entrepreneurship and Trade, Simon Kuznets Kharkiv National University of
Economics*

D. Sorochenko,

*Master's student of the Department of the Department of Entrepreneurship and
Trade, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics*

FORMATION OF A CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PROGRAMME FOR BUSINESS STRUCTURES

У статті розглянуто сутність понять «соціальна відповідальність бізнесу» та «корпоративна соціальна відповідальність». Наведено історичну довідку формування соціальної відповідальності бізнесу. Розглянуто існуючі точки зору щодо класифікації видів корпоративної соціальної відповідальності та представлено узагальнену класифікацію з урахуванням всіх розглянутих класифікаційних ознак. Розглянуто функції корпоративної соціальної відповідальності, зокрема, соціально-економічну, юридично-правову та етичну. Наведено загальні та специфічні принципи корпоративної соціальної відповідальності. Представлено існуючі форми та інструменти корпоративної соціальної відповідальності, розкрито їх сутність та зміст. Розглянуто зміст, мету та задачі програми корпоративної соціальної відповідальності. Сформовано основні положення механізму реалізації корпоративної соціальної відповідальності бізнес-структур. Представлено складові та напрямки програми корпоративної соціальної відповідальності. Надано рекомендації щодо розробки та реалізації програми корпоративної соціальної відповідальності.

The development of ideas about the role of corporate social responsibility is a complex and multifaceted process, reflecting socio-economic developments and changing approaches to doing business. The diversity of views on the development of corporate social responsibility, i.e. different models, concepts and approaches, demonstrates the relevance of the issue. While previously the main objectives of business structures were limited to economic indicators, today social responsibility has become an integral part of overall business development strategy. Therefore, there is an urgent need to develop and implement a corporate social responsibility programme in the business environment. It defines the company's obligations towards various stakeholders, including employees, customers, public organisations and society as a whole.

The purpose of this article is to summarise and develop theoretical approaches and methodological provisions for the development and implementation of a corporate social responsibility programme in the practical activities of business structures.

In order to achieve this goal, the following general scientific and specific research methods were used: theoretical generalisation to formulate conclusions and main research results; analysis and synthesis to clarify the concepts of "social

responsibility" and "corporate social responsibility"; graphic method to visualise the results.

The article examines the existing views on the nature of the concepts of "corporate social responsibility" and "corporate social responsibility". The authors give their own definition of the concept of "corporate social responsibility". The historical background of the emergence of corporate social responsibility is given. The existing views on the classification of types of corporate social responsibility are considered and a generalised classification is presented, taking into account all the classification features considered. The functions of corporate social responsibility are considered, in particular socio-economic, legal and ethical. General and specific principles of CSR are given. The existing forms and tools of corporate social responsibility are presented, their nature and content are revealed. Social projects are considered and their role and significance for business structures and society as a whole are given. The content, goals and objectives of the corporate social responsibility programme are considered. The basic provisions of the mechanism of implementation of corporate social responsibility of business structures are formed. The components and directions of the corporate social responsibility programme are presented. Recommendations on development and implementation of the programme of corporate social responsibility taking into account the global development strategy of business structures are given.

Ключові слова: відповідальність, бізнес, соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, підприємницька діяльність.

Keywords: responsibility, business, social responsibility, corporate social responsibility, entrepreneurial activity.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сучасне суспільство зіштовхується з численними викликами, включаючи економічні проблеми, які спричинені технологічним прогресом у виробництві та технологіях. Цей технологічний прогрес має подвійні наслідки: з одного боку, він підвищує ефективність та прибутковість виробництва, а з іншого – призводить до забруднення навколишнього середовища. Таким чином, діяльність бізнес-структур має

сприяти розвитку суспільства, підвищуючи його рівень добробуту, при цьому не допускаючи дій, що призводять до негативних наслідків, таких як виснаження невідновлюваних природних ресурсів та іншим видам загроз довкіллю. Вирішенню зазначених проблем сприяє формування та впровадження корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним та методичним аспекти розвитку соціальної відповідальності бізнесу приділено багато праць науковців та практиків.

Так, наприклад, О. О. Балюн [1] зазначає, що ідеї соціальної відповідальності супроводжують людство впродовж великого проміжку часу. Ще в давні часи, у збірці законів месопотамського царя Ешнунни (XX століття до н.е.) та кодексі законів вавилонського царя Хаммурапі (XVIII століття до н.е.), можна знайти деякі положення, що стосувалися найму працівників, оплати праці та встановлення фіксованих цін на продукти. В той період ідея соціальної відповідальності розглядалася в контексті створення «ідеальної держави» та ефективного суспільного ладу. Зокрема, ця тема була досліджена в працях філософів Геракліта, Платона і Аристотеля.

В свою чергу К. М. Березюк у своїй праці [2] стверджує, що незважаючи на збільшений інтерес до питання корпоративної соціальної відповідальності не існує єдиної позиції в наукових колах щодо ролі та сутності цього явища.

В монографії М. М. Деліні [3] автор наголошує, що соціальну відповідальність доцільно розглядати з різних аспектів, а саме доцільно виокремити філософський, соціологічний, юридичний та економічний аспекти.

П. О. Лиска [4] розглядає взаємозв'язок між глобальними тенденціями гуманізації соціально-економічних відносин та основними принципами діяльності бізнес-структур. Також автор виокремлює основних стейкхолдерів (зовнішніх – споживачі, населення, інвестори, контрагенти, партнери, урядові структури; внутрішні – працівники, акціонери, менеджери) та надає рекомендації розвитку корпоративної соціальної відповідальності з урахуванням їх інтересів. Схожої точки зору дотримуються автори О. Я. Маліновська та І. С.

Себестянович, які у своїй праці [5] і зазначають, що корпоративна соціальна відповідальність – це фундамент сталого розвитку національної економіки.

А. В. Мостепанюк у своїй праці [6] приводить результати порівняльного аналізу існуючих моделей корпоративної соціальної відповідальності. Зокрема, авторка наводить піраміду прояву з різним рівнем пріоритетності, тобто ієрархію корпоративної соціальної відповідальності за такими сферами, як: економічна, правова, етична та філантропічна.

Таким чином, дослідження наукових праць забезпечує теоретичне підґрунтя для подальшого дослідження корпоративної соціальної відповідальності та її впливу на розвиток бізнес-структур та економіки держави.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає в узагальненні й розвитку теоретичних підходів й методичних положень щодо розробки та впровадження програми корпоративної соціальної відповідальності в практичну діяльність бізнес-структур.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальна відповідальність може розглядатися з різних аспектів, які враховують основні її види та форми прояву. Важливо відзначити, що поряд з поняттям «корпоративна соціальна відповідальність» вживають поняття «соціальна відповідальність бізнесу». Так, наприклад, Колосок А. вважає, що це різні поняття, і що соціальна відповідальність бізнесу є більш ширшим, адже враховує різні рівні відповідальності, а саме: малого, середнього чи великого підприємства та відповідальність самого працівника. [7] Проте, здебільшого науковці ототожнюють їх, адже обидва терміни походять від англійського слова «corporate social responsibility». [3; 8]

Для розуміння сутності понять «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ) та «соціальна відповідальність бізнесу» (СВБ) доречно розглянути існуючі точки зору щодо його трактування.

За даними Світового банку [9] КСВ – це прагнення бізнесу етично поводитись і сприяти сталому економічному розвитку, працюючи з усіма відповідними зацікавленими сторонами, щоб поліпшити своє життя таким

чином, щоб вони були корисними для бізнесу, програмами сталого розвитку та суспільством в цілому. Тобто, КСВ визначається як стратегічна практика, коли бізнес активно дбає про етичний вимір своєї діяльності та сприяє сталому розвитку, враховуючи потреби всіх зацікавлених сторін (стейкхолдерів) і вдосконалюючи якість життя власних співробітників та суспільства в цілому.

В свою чергу, Міжнародний форум лідерів бізнесу [10] СВБ – це сприяння відповідальній діловій практиці, яка дає вигоду бізнесу та суспільству й допомагає досягти соціального, економічного та екологічно усталеного розвитку через максимальне збільшення позитивного впливу бізнесу на суспільство з одночасною мінімізацією його негативного впливу. Так, СВБ передбачає активну практику бізнесу, яка приносить користь як самій компанії, так і суспільству, зокрема через позитивний вплив і мінімізацію негативного впливу на соціум та навколишнє середовище.

Іноземні вчені, наприклад, Н. Лі та Ф. Котлер [11] наголошують, що КСВ – це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають. Тобто, КСВ покладає відповідальність на тих, хто вирішує справи компанії, за наслідки своїх рішень для всіх стейкхолдерів. В свою чергу, М. Фрідмен [12] стверджує, що СВБ – це збільшення прибутків. Така точка зору свідчить, що СВБ може призвести до збільшення прибутку, особливо на довгостроковій перспективі, через покращення репутації компанії і більшу популярність серед споживачів.

Вітчизняні вчені також приділяють увагу уточненню сутності понять КСВ та СВБ, зокрема, Деліні М. М. у своїй монографії [3] зазначає, що КСВ – діяльність компаній, яка спрямована на покращення рівня життя населення та спільноти, в якій вона функціонує. Так, автор стверджує, що КСВ визначається як ініціативи компаній, спрямовані на підвищення якості життя місцевого населення та спільноти, в якій компанія працює.

А. Колосок [7] під СВБ, пропонує розуміти внесок підприємства в соціально-економічний розвиток власних працівників, місцевої громади, регіону чи суспільства в цілому, який може бути в межах законодавчого мінімуму або

значно перевищувати його, із метою підняття престижу свого бізнесу в очах громадськості та досягнення прихованих економічних цілей. Тобто, СВБ, на думку автора, означає відданість підприємства сприянню соціально-економічному розвитку своїх працівників, місцевої громади та суспільства загалом, з врахуванням можливості перевищення мінімальних вимог законодавства і досягнення економічних переваг.

Отже, аналіз існуючих визначень поняття «корпоративна соціальна відповідальність» надав можливість встановити, що під нею доцільно розуміти стратегію бізнесу, яка передбачає врахування інтересів всіх зацікавлених сторін і спрямована на сприяння сталому соціальному, економічному та екологічному розвитку, враховуючи вплив компанії на суспільство та навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, інтеграцію цих цінностей у бізнес-процеси і співпрацю з різними стейкхолдерами.

В науковій літературі [10; 13-16] зустрічаються різні точки зору щодо класифікацій видів корпоративної соціальної відповідальності. Одні автори дотримуються точки зору, що соціальну відповідальність доцільно поділяти залежно від сфери соціальної діяльності. Наприклад, Маліновська В. М. [13] політичну, моральну, суспільну, юридичну та інші види відповідальності. Проте О. О. Охріменко та Т. В. Іванова [14] класифікують соціальну відповідальність залежно від соціальних норм на моральну, релігійну, дисциплінарну, політичну та правову (юридичну). В свою чергу В. П. Мазуренко та О. Ю. Засенко в своїй роботі [15] поділяють корпоративну соціальну відповідальність на зовнішню та внутрішню. Цікавою точкою зору є бачення видів соціальної відповідальності О. Є. Кузьмін, О. В. Пирог, Л. І. Чернобай, С. Б. Романишин та Н. О. Вацик в своїй роботі [16] окрім спільних з попередніми вченими автори виокремлюють такі ознаки класифікатора, як за сутнісним змістом та за формою реалізації. У табл. 1 наведено узагальнену класифікацію видів КСВ.

Таблиця 1. Класифікація видів КСВ

Ознака класифікатора	Вид соціальної відповідальності
Залежно від сфери	Політична, моральна, суспільна, юридична
Залежно від соціальних норм	моральна, релігійна, дисциплінарна, політична та правова (юридична)
Залежно від направленості дій	Внутрішня, зовнішня
Залежно від сутнісного змісту	Позитивна (перспективна), негативна (ретроспективна)
Залежно від способів взаємодії	Рівноправна, кооперативна, функціонально-ієрархічна, конкурентна
Залежно від форми реалізації	Добровільна, примусова

Отже, використання наведеної класифікації допоможе суб'єктам підприємницької діяльності обрати основні напрямки дій у процесі розробки своєї стратегії.

Функції корпоративної соціальної відповідальності в бізнес-структурах включають такі аспекти [3]:

1. Соціально-економічна функція. КСВ сприяє підвищенню ефективності управління бізнесом, що в свою чергу сприяє росту доданої вартості. Це включає виробництво якісної продукції та послуг для споживачів, підвищення добробуту акціонерів та працівників підприємства, поліпшення умов праці та забезпечення безпеки на робочому місці. КСВ також передбачає інвестиції в розвиток людського капіталу і формування соціальних програм для розвитку трудового колективу та місцевого співтовариства.

2. Юридично-правова функція. Корпорації, що дотримуються КСВ, повинні повністю виконувати всі вимоги законодавства в сферах податків, праці, екології та безпеки, як перед державою, так і перед місцевими співтовариствами, партнерами та своїми працівниками.

3. Етична функція. КСВ також включає виконання моральних обов'язків і підтримку соціально слабких і незахищених. Вона охоплює добродійність, а також побудову сумлінних відносин з усіма зацікавленими сторонами, включаючи споживачів, партнерів та співробітників.

Для виконання цих функцій соціально відповідальний бізнес-структури керуються певними принципами. В науковій літературі [3; 17] нерідко поділяють принципи КСВ на дві групи: загальні та специфічні.

Так, до загальних можна віднести принципи корпоративної соціальної відповідальності визначені докладно в Основних Положеннях Глобального Договору ООН як для державного, так і приватного секторів. Вони встановлюють напрямки, які використовуються для управління організацією, що належить до цієї мережі [17]. Важливо відзначити, що багато з цих принципів, пов'язаних з правами людини, закріплені в правовій системі країни. Корупція, з іншого боку, обговорюється лише в контексті організацій державного сектору в рамках Глобального Договору ООН.

До специфічних принципів корпоративної соціальної відповідальності належать [18]: відкритості, системності, значимості та партнерства.

Принцип відкритості – передбачає доступність інформації та чіткість взаємодії між організацією та її зацікавленими сторонами. Передбачає, що організація повинна надавати відкритий доступ до інформації про свою діяльність, глобальну стратегію розвитку, цілі та результати.

Принцип системності – це вид управління корпоративною соціальною відповідальністю, який передбачає впровадження системних підходів та стратегій для інтеграції КСВ у всі аспекти діяльності організації.

Принцип значущості (важливості) – передбачає впровадження у стратегію корпоративної соціальної відповідальності таких аспектів, як актуальність, масштабність, ефективність, пріоритетність та альтруїзм. Аспект альтруїзму передбачає готовність віддати частину доходів або ресурсів на благо суспільства, незалежно від очікувань отримання користі. Це включає добродійність та пожертвування на розвиток суспільства та благополуччя інших людей.

Принцип партнерства передбачає зміцнення співпраці на рівні «бізнес – влада – суспільство» з метою досягнення синергетичного ефекту від заходів у галузі корпоративної соціальної відповідальності. Передбачає сумлінну, чесну та

відкриту діяльність підприємства перед усіма стейкхолдерами та суспільством загалом.

Форми соціальної відповідальності доцільно розглядати з позиції прояву, так можна виокремити зовнішні форми та внутрішні форми КСВ. До зовнішніх форм КСВ можна віднести взаємодію між державою та бізнес-середовищем, а до внутрішніх – взаємодію у середині компаній і зі стейкхолдерами. У табл. 2 наведено основні форми корпоративної соціальної відповідальності.

Таблиця 2. Форми корпоративної соціальної відповідальності
(складено за даними [3])

Зовнішні форми КСВ	Внутрішні форми КСВ
соціальна відповідальність між бізнесом і суспільством (американський підхід)	відповідальність перед споживачами
соціальна відповідальність у бізнесі на засадах управління людськими ресурсами усередині фірми (японська модель)	відповідальність перед співробітниками компанії
соціальна відповідальність між урядом і бізнесом (підхід Європейської комісії)	відповідальність по відношенню до партнерів по бізнесу
соціальна відповідальність між політикою зайнятості і бізнесом (датський підхід)	відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності по відношенню до навколишнього середовища

Перелічені принципи та форми реалізуються за допомогою інструментів корпоративної соціальної відповідальності. Так, на думку О. О. Балюк та А. О. Беліменко [1] інструменти корпоративної соціальної відповідальності доцільно поділяти на три групи:

1. Інструменти, що формують взаємовідносини (соціальні програми, волонтерство, спонсорство, благодійність).
2. Інструменти для забезпечення комунікації (медіа, айдейтика, Інтернет)
3. Інструменти, що забезпечують контроль (сертифікація продукції, кодекси корпоративної етики).

Слід зазначити, що соціальні програми можуть виступати ефективним інструментом формування корпоративної соціальної відповідальності, сприяючи позитивному впливу бізнес-структури на суспільство та навколишнє середовище.

До основних задач соціальних програм можна віднести:

1. Сприяння громадським ініціативам. Бізнес-структури можуть проводити або підтримувати соціальні програми, спрямовані на розвиток громад і підтримку освітніх, культурних чи медичних ініціатив.

2. Захист навколишнього середовища. Передбачає реалізацію підприємцями програм зі збереження природних ресурсів, впроваджуючи екологічно чисті технології; реалізуючи проекти по відновленню природних екосистем або кампанії з екологічної свідомості.

3. Покращення якості життя співробітників. Бізнес-структури можуть впроваджувати соціальні програми, спрямовані на покращення якості життя своїх співробітників.

Під час дії віськового стану особливої популярності набуває волонтерство. Волонтерство – це безкорисна та безоплатна діяльність метою якої є вирішення або пом'якшення існуючих соціальних проблем. В свою чергу спонсорство – це цільова фінансова підтримка суб'єкта підприємницької діяльності з метою розвитку, реалізації комерційних проектів інших суб'єктів.

Сучасним інструментом для забезпечення комунікації в підприємстві є айдендика. Правильно розроблена і втілена айдендика є запорукою стабільності та успіху бренду. Логотип, кольорова гама та інші візуальні елементи корпоративної айдентики можуть відображати цінності та ангажованість компанії в питаннях соціальної відповідальності.

Слід відзначити, що сертифікація, як інструмент корпоративної соціальної відповідальності надає інформацію споживачам продукції про всі властивості товарів. Отже, враховуючи наведене вище, можна сформулювати основні положення корпоративної соціальної відповідальності та визначити механізм її реалізації, рис. 1.

Програма корпоративної соціальної відповідальності представляє собою стратегічний набір ініціатив та дій, які корпорація впроваджує з метою позитивного впливу на соціальні, екологічні та економічні аспекти у своєму внутрішньому та зовнішньому середовищі.

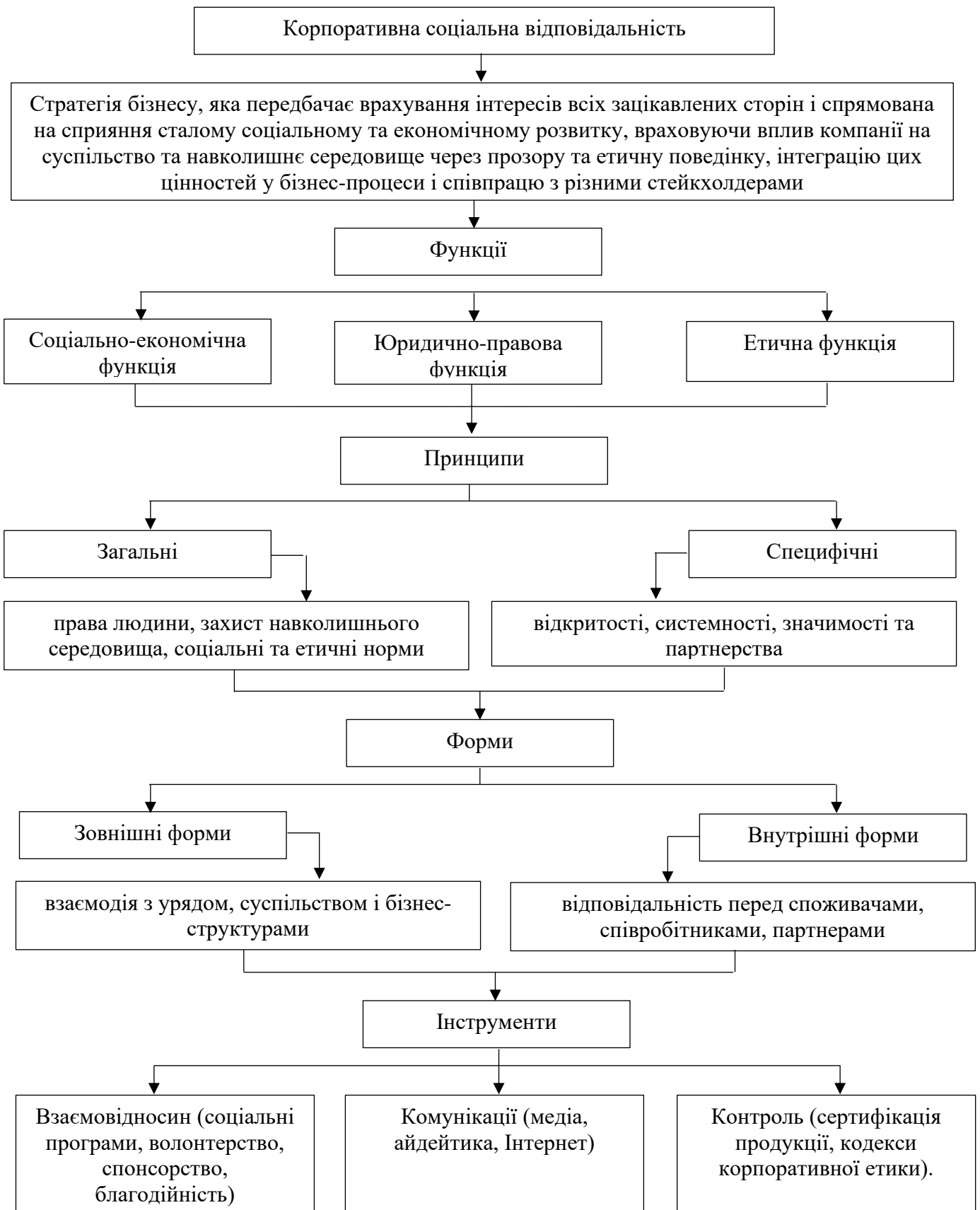


Рис. 1. Механізм реалізації корпоративної соціальної відповідальності

Основні складові програми можуть включати заходи для покращення умов праці та благополуччя працівників, зменшення впливу на навколишнє середовище, розвиток соціальних та освітніх проектів у громадах, підтримку вразливих груп населення, а також дотримання етичних норм та стандартів у веденні бізнесу.

У зв'язку із цим виникає необхідність використання стратегічних підходів до формування корпоративної соціальної відповідальності на рівні українських суб'єктів господарювання. На рис. 2 наведено модель програми корпоративної соціальної відповідальності.



Рис. 2. Програма корпоративної соціальної відповідальності

Необхідно відзначити, що корпоративна соціальна відповідальність має стати невід'ємною частиною стратегії сталого розвитку суспільства. [8] Це передбачає врахування факторів, спрямованих на забезпечення працівників необхідними соціальними благами, впровадження основних принципів етики бізнесу, реалізацію превентивних заходів збереження навколишнього середовища, турботливого відношення до місцевих громад, а також дотримання основних напрямів соціальної політики на національному рівні.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Розробка та впровадження програми корпоративної соціальної відповідальності передбачає дотримання основних рекомендацій. Так, варто здійснити попереднє проведення аналітичних робіт, що включає в себе аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища бізнес-структури. Здійснити вибір стратегічних альтернатив з метою формування сценаріїв розвитку бізнес-структури та проаналізувати їх взаємоузгодженість з інтересами стейкхолдерів.

Також доцільно сформулювати критеріїв для оцінювання ефективності впровадження програми КСВ, враховуючи соціальну відповідальність перед працівниками, показники охорони довкілля тощо. Після проведення аналітичних робіт та визначення стратегічних альтернатив розвитку, здійснюється оцінка і вибір оптимальної стратегії корпоративної соціальної відповідальності. Потім впроваджується програма КСВ та реалізуються конкретні заходи щодо її практичної реалізації. Важливим є складання та оприлюднення звітності про результати роботи бізнес-структури після впровадження програми КСВ. Рекомендується формування двох типів звітів – зовнішніх (для партнерів, споживачів та суспільства) та внутрішніх (для працівників).

Література

1. Балюн О. О., Беліменко А. О. Еволюція розвитку інструментів корпоративної соціальної відповідальності. *Технологія і техніка друкарства*. 2019. № 3. С. 80-89.

2. Березюк К. М. Еволюція концепції корпоративної соціальної відповідальності в контексті зміни пріоритетів ведення бізнесу. *Управління економікою: теорія та практика*: Зб. наук. пр. К. : ІЕП НАНУ, 2017. С. 166-176.
3. Деліні М. М. Соціально-економічна відповідальність підприємництва: теорія, методологія, напрямки розвитку: монографія. Краматорськ: ДДМА, 2017. 451 с.
4. Лиска П. О. Управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства як фактор сталого розвитку. *Економіка та суспільство*. 2023. № 54. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2817> (Дата звернення 12. 12. 2023).
5. Маліновська О. Я., Себестянович І. С. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу як фактор сталого розвитку соціально-економічних систем різного рівня. *Молодий вчений*. 2019. №11. С. 542-545.
6. Мостепанюк А. В. Сучасна система моделей ведення соціально відповідального бізнесу. *Економіка, управління та адміністрування*. 2020. №1. С. 48-54.
7. Колосок А. Теоретичний аспект соціальної відповідальності бізнесу. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2015. № 4. С. 64-67.
8. Дмитрів Б. Ю. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності. *Сталий розвиток економіки*. 2019. №4. С. 96-104.
9. Офіційний сайт Світового банку. – URL: <https://www.worldbank.org/uk/country/ukraine> (Дата звернення 12. 12. 2023).
10. International Business Leaders Forum. – URL: <http://www.un.org.ua>
11. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. К. : Видавництво «Стандарт». 2005. 352 с.
12. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. URL: <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>. (Дата звернення 12. 12. 2023).
13. Маліновська В. М. Юридична відповідальність як різновид соціальної відповідальності. *Вісник Вищої ради юстиції*. 2010. № 2. С. 58-65.
14. Охріменко О. О., Іванова Т. В. Соціальна відповідальність: навчальний посібник. *Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»*. 2015. 180 с.

15. Мазуренко В. П., Засенко О. Ю. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі. *Ефективна економіка*. 2012. № 6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1199> (Дата звернення 12. 12. 2023).

16. Кузьмін О. Є., Пирог О. В., Чернобай Л. І. Соціальна відповідальність: навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. 328 с.

17. Погуда Н. В., Павловська К. Ю. Впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності у діяльність підприємств туризму. *Ефективна економіка*. 2019. №6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua> (Дата звернення 12. 12. 2023).

18. Попадюк О. В., Лучик О. І. Принципи та механізм соціальної відповідальності в умовах стратегічного управління підприємством. *Інфраструктура ринку*. 2019. №36. С. 235-246.

References

1. Baliun, O.O. and Belimenko, A.O. (2019), "The Evolution of Corporate Social Responsibility Tools", *Tekhnolohiia i tekhnika drukarstva*, vol. 3, pp. 80-89.

2. Bereziuk, K.M. (2017), "Evolution of the concept of corporate social responsibility in the context of changing business priorities", *Upravlinnia ekonomikoiu: teoriia ta praktyka [Economic management: theory and practice]*, IEP NANU, Kyiv, Ukraine, pp. 166-176.

3. Dielini, M.M. (2017), *Sotsial'no-ekonomichna vidpovidal'nist' pidpriemnytstva: teoriia, metodolohiia, napriamky rozvytku [Socio-economic responsibility of entrepreneurship: theory, methodology, directions of development]*, DDMA, Kramators'k, Ukraine.

4. Lyska, P.O. (2023), "Management of the corporate social responsibility of the enterprise as a factor of sustainable development", *Ekonomika ta suspil'stvo*, vol. 54, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2817> (Accessed 12.12.2023).

5. Malinovs'ka, O.Ya. and Sebastianovych I.S. (2019), "Corporate social responsibility Of business as a factor Of sustainable development Of socio-economic systems Of different level", *Molodyj vchenyj*, vol. 11, pp. 542-545.

6. Mostepaniuk, A. V. (2020), "Modern system of models of doing socially responsible business", *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, vol. 1, pp. 48-54.

7. Kolosok, A. (2015), "Theoretical Aspect of Social Responsibility of Business", Ekonomichnyj chasopys Skhidnoievropejs'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrainky, vol. 4, pp. 64-67.

8. Dmytriv, B.Yu. (2019), "Development of corporate social responsibility", Stalyj rozvytok ekonomiky, vol. 4, pp. 96-104.

9. World Bank (2023), available at: <https://www.worldbank.org/uk/country/ukraine> (Accessed 12.12.2023).

10. International Business Leaders Forum (2023), available at: <http://www.un.org.ua> (Accessed 12.12.2023).

11. Kotler, F. and Li, N. (2005), Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist' [Corporate social responsibility], Standart, Kyiv, Ukraine.

12. Friedman, M. (2023), "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits", available at: <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html> (Accessed 12.12.2023).

13. Malinovs'ka, V.M. (2010), "Legal responsibility as a type of social responsibility", Visnyk Vyschoi rady iustytysii, vol. 2, pp. 58-65.

14. Okhrimenko, O.O. and Ivanova, T.V. (2015), Sotsial'na vidpovidal'nist' [Social Responsibility], Natsional'nyj tekhnichnyj universytet Ukrainy «Kyivs'kyj politekhnichnyj instytut», Kyiv, Ukraine.

15. Mazurenko, V.P. and Zasenka, O.Yu. (2012), "Modern concept of corporate social responsibility in international business", Efektyvna ekonomika, vol. 6, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1199> (Accessed 12. 12. 2023).

16. Kuz'min, O.Ye. Pyroh, O.V. and Chernobaj, L.I. (2016), Sotsial'na vidpovidal'nist' [Social responsibility], Vydavnytstvo L'vivs'koi politekhniki, Lviv, Ukraine.

17. Pohuda, N.V. and Pavlovska, K.Yu. (2019), "Implementation of the principles of corporate social responsibility in the activities of tourism enterprises", Efektyvna ekonomika, vol. 6, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7103> (Accessed 12. 12. 2023).

18. Popadiuk, O.V. and Luchyk, O.I. (2019), "Principles and mechanism of social responsibility in strategic management of enterprise", Infrastruktura rynku, vol. 36, pp. 235-246.

Стаття надійшла до редакції 19.12.2023 р.