

УДК 316.66:323.326(477)

Куцик В. І.,

ORCID ID: 0000-0002-8230-9436,

к.е.н., доц., професор кафедри економіки, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

РОЗВИТОК КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Анотація. Розробка та впровадження концепції соціальної відповідальності бізнесу необхідна як для розвитку суспільних відносин, так і в гармонізації інтересів бізнесу, держави та суспільства. Мета статті полягає в аналізі наукових підходів до розуміння концепції соціальної відповідальності бізнесу з урахуванням міжнародного досвіду та визначення напрямків розвитку концепційних основ. Виходячи з проведеного дослідження зарубіжного досвіду використання моделей соціальної відповідальності, автором зроблено висновок щодо недосконалості концептуального підходу до впровадження національної моделі у сучасних умовах господарювання. Для вирішення проблеми розробки концепції соціальної відповідальності бізнесу визначено: інституційні елементи розвитку соціальної відповідальності бізнесу, завдання та напрями вдосконалення державного регулювання, необхідність запровадження моніторингу параметрів соціальної відповідальності бізнесу. Перспективним напрямом подальших досліджень є методичне забезпечення моніторингу параметрів соціальної відповідальності бізнесу на макро- та мезорівнях.

Ключові слова: соціальна відповідальність, соціально відповідальний бізнес, рівні соціальної відповідальності, концепції, параметри вимірювання соціально відповідального бізнесу.

Kutsyk V. I.,

ORCID ID: 0000-0002-8230-9436,

Ph.D., Associate Professor, Professor of the Department of Economics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

DEVELOPMENT OF THE CONCEPT OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN UKRAINE

Abstract. The development and implementation of the concept of corporate social responsibility is necessary both for the development of social relations, the harmonization of the interests of business, state and society. The purpose of the article is to analyze the scientific approaches to understanding the concept of social responsibility of business, taking into account international experience and defining the directions of development of conceptual foundations. Based on the study of foreign experience in the use of social responsibility models, the author concluded that the conceptual approach to the implementation of the national model in modern economic conditions is not appropriate. To solve the problem of developing a concept of corporate social responsibility, the following is defined: institutional elements of business social responsibility development, tasks and directions of improvement of state regulation, necessity of implementation of parameters monitoring of business social responsibility. A promising direction for further research is the methodical support for monitoring the parameters of business social responsibility on macro- and meso- levels.

Key words: social responsibility, socially responsible business, levels of social responsibility, concepts, parameters of measuring socially responsible business.

JEL Classification: A13; M14

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2019-24-11>

Постановка проблеми. Для розвитку суспільних відносин велике значення має гармонізація інтересів бізнесу, держави та суспільства. Важливим інструментарієм побудови соціальних відносин слугує механізм соціальної відповідальності.

Соціальна відповідальність – це одна з основних частин механізму управління суспільними процесами, що характеризує взаємну відповідальність

суб'єктів і об'єктів соціального управління. Соціальна відповідальність бізнесу є гарантією сталого економічного та соціального розвитку на всіх рівнях управління, покращення якості життя, вдосконалення виробничих відносин. Основні ідеї концепції сталого розвитку мають бути реалізовані шляхом прийняття стратегій соціальної відповідальності учасниками економічних відносин [2, 3, 4].

Соціальна відповідальність бізнесу – це відповідальність за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорої та етичної поведінки, яка: сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров'ю і добробуту членів суспільства; зважає на очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах [10, С. 1].

У сучасному світі соціально відповідальна діяльність бізнесу є загальноприйнятим правилом, якого дотримується значна кількість великих, середніх і навіть малих компаній по всьому світу. Розвиток соціальної відповідальності бізнесу як фактора модернізації економіки, підвищення її конкурентоспроможності, полегшеної інтеграції в міжнародні ринки, зростання добробуту населення стає важливою та актуальною складовою вирішення завдань сталого розвитку економіки.

В Україні впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу практикують лише підприємства корпоративного сектора, що виходять на світові фінансові ринки через необхідність публікації нефінансових звітів та підтримки іміджу. Розробка та впровадження концепції соціальної відповідальності бізнесу необхідні як для підкреслення важливості етичної і соціально відповідальної поведінки підприємств для всіх учасників суспільних процесів, так і для забезпечення безперервного системного вдосконалення соціальних відносин бізнесу. Це дозволить більшості підприємницьких структур посилити довгострокову конкурентоспроможність і репутацію через практики відповідального ставлення до своїх співробітників, споживачів та інших зацікавлених сторін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості формування системи соціальної відповідальності на підприємствах розглянуто у працях Д. Баюри, К. Белявської, Л. Будьонної, С. Мельник, О. Охріменко, Н. Шири [1, 2, 3, 13, 15, 18].

Окремі теоретичні аспекти механізму забезпечення соціальної відповідальності бізнесу досліджували І. Дунаєв, О. Коваленко, С. Король, О. Макара, М. Мурашко, С. Панченко [8, 9, 11, 12, 14, 16]. Впровадження практик соціальної відповідальності бізнесу як основи інноваційного розвитку економіки вивчали Л. Вергун, Н. Волосковець, О. Гуменна [4, 5, 7].

У світовій та вітчизняній практиці відомі три погляди на впровадження концепції соціальної відповідальності бізнесу:

- теорія “корпоративного егоїзму” стверджує, що єдина відповідальність бізнесу – збільшення прибутків для своїх акціонерів;

- теорія “корпоративного альтруїзму” – протилежна попередній, визначає, що підприємство має робити внесок у покращання добробуту населення;

- теорія “розумного егоїзму” базується на тому, що бізнес, витрачаючи гроші на благодійність, забезпечує імідж підприємства, а це сприяє його безпеці та стійкості. Тим самим підприємство створює сприятливе соціальне середовище і забезпечує стійкий прибуток [15].

Усі види соціальної відповідальності мають різну структуру, кожен рівень характеризується певним змістом. Вищий рівень зовнішньої і внутрішньої відповідальності розглядають як взаємні зобов'язання суб'єктів, базовані не тільки на правових та організаційних вимогах, але й на усвідомленні необхідності їх дотримання, відповідальному ставленні до своїх громадянських обов'язків. Необхідно підкреслити взаємозв'язок і взаємозалежність обох сторін відповідальності, їх видів і проявів, адже у соціальних відносинах не може бути однобічної відповідальності [3,14,16].

Існує декілька теорій щодо поділу соціальної відповідальності на рівні. Згідно з однією з них соціальна відповідальність поділяється на три рівні:

I рівень стосується взаємин із державою і проявляється у повному та своєчасному виконанні податкових зобов'язань;

II рівень – виконання соціальних зобов'язань перед власним персоналом;

III рівень – взаємодія з суспільством [15].

У широкому розумінні соціальна відповідальність бізнесу може бути представлена як система цінностей, заходів і процесів, що мають на меті поширення позитивного впливу діяльності компанії в економічній, екологічній, соціальній сферах як усередині організації, так і в навколишньому середовищі [10, с. 4].

Щодо аналізу впровадження принципів СВБ в Україні, то, за результатами соціологічного опитування, проведеного Центром соціальних експертиз Інституту соціології НАН України та благодійним фондом “Інтелектуальна перспектива”, в якому взяли участь 811 підприємств різних розмірів, форм власності та сфер діяльності, бізнес-структури позиціонують своє ставлення до аспектів соціальної відповідальності наступним чином:

- до реалізації соціальних проектів 60% респондентів вважають її корисною для суспільства в цілому;

- в оцінках можливостей своєї участі у реалізації соціальних проектів 30% респондентів вважають, що ця можливість існує стосовно всіх бізнесових організацій;

- третина комерційних організацій не бере безпосередньої участі у підтримці соціального розвитку.

Найбільше інформовані про концепцію соціально відповідального бізнесу компанії фінансового сектора (94%), виробництва промислових товарів (84,5%) і торгівлі (83,2%) [17].

Встановлено, що факторами-дестимуляторами розвитку соціальної відповідальності бізнесу є наступні:

- 1) відсутність впливового сектора громадянського суспільства, котрий би просував ідеї соціальної відповідальності, і спеціалістів, які професійно займалися б даною проблемою;

- 2) правовий нігілізм та деформація правової свідомості, низька правова культура;

- 3) відсутність регіонального закону про благодійництво;

4) відсутність системи інформування суспільства про соціальні та благодійні проекти, про інвесторів соціальних програм та системи оцінки суспільством результатів соціальних програм бізнесу;

5) відсутність зацікавленості в даній сфері бізнес-структур, що пов'язано з високим рівнем тінізації в економіці та з проблемами у законодавчій сфері щодо відповідальності за невиконання формальних норм у сфері соціальних відносин [3, 4, 8, 13].

Інституційна основа соціальної відповідальності бізнесу має низку недоліків, серед яких слід зазначити наступні:

- термінологічна та нормативна невизначеність, в Україні спостерігається нерозуміння елементарних завдань соціальної відповідальності учасників суспільних процесів;

- відсутність комплексності в підході до стимулювання соціальної відповідальності бізнесу;

- низька технологічна розробленість процедур розгляду та прийняття рішень про стимулювання комерційних установ до участі у соціальних проектах;

- нерівномірне врахування інтересів стейкхолдерів: найчастіше українські підприємницькі структури враховують інтереси споживачів та органів державної влади [11].

Таким чином, у науковій літературі, присвяченій порушеній проблематиці, висвітлені концепційні засади формування соціальної відповідальності бізнесу, які стосуються корпоративного сектора економіки. Однак підприємницькі структури різного розміру (малий та середній бізнес) та важливість державного стимулювання їх соціальної відповідальності не знайшли свого відображення в проектах концепції соціальної відповідальності бізнесу.

Постановка завдання. Мета статті полягає в аналізі наукових підходів до розуміння концепції соціальної відповідальності бізнесу з урахуванням міжнародного досвіду та визначення напрямків розвитку концепційних основ. Для досягнення поставленої мети необхідним є вирішення таких завдань:

- узагальнення наукового досвіду формування концепції соціальної відповідальності бізнесу та виявлення проблем;

- доповнення та уточнення понятійного апарату з цієї тематики;

- аналіз 1 рівня соціальної відповідальності бізнесу;

- визначення напрямків розвитку концепційних основ соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. В більшості країн ЄС у різній формі розроблені та

функціонують державні програми підтримки і стимулювання соціальної відповідальності бізнесу. Завдяки цим програмам держава визначає бажану поведінку для бізнесу, долучає компанії приватного і державного секторів до спільного виконання соціально важливих завдань, матеріально стимулює бізнес до соціально відповідальної діяльності [10].

Держави багатьох країн світу почали перехід від жорсткої моделі прямого втручання держави на рівні економічного механізму до м'яких недирижуваних форм регулювання соціалізації економіки через:

- активізацію інноваційного розвитку, масового застосування нововведень в управлінні на основі ентузіазму мас та прагнення суспільних трансформацій [5];

- виникнення та всілякої підтримки осередків самоорганізації, де власне й формується модель соціалізації економіки [12];

- налагодження партнерства між державою та регіонами та територіальними громадами на основі використання різних видів соціального партнерства [8];

- формування середовища інформативності, креативності, високого рівня комунікативності у соціумі через впровадження всіх рівнів електронного урядування та електронного самоврядування;

- полегшення доступу до власності, капіталу, знань та інформації членів суспільства через розширення меж відкритості й прозорості всіх систем державного управління (законодавчої, виконавчої та судової);

- ефективне використання інтелектуального потенціалу нації через створення критичної маси реформаторів у владній еліті, які мають відповідні знання й готові до якісних, радикальних змін та системних трансформацій у суспільному житті.

Створення комплексу умов, які б стимулювали розвиток соціальної активності на основі об'єднання описаних елементів та поєднання методів державного регулювання і місцевої ініціативи електронного самоврядування, є передумовою державної підтримки інноваційного розвитку.

Для визначення напрямків стимулювання розвитку соціально відповідального бізнесу пропонується впровадження моніторингу за різними розмірами підприємницьких структур та рівнями соціальної відповідальності. Перший рівень виконання соціальних зобов'язань перед державою – це своєчасна оплата податків, склад та структура яких представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Склад та структура податкових надходжень до місцевих бюджетів за 2014-2018 рр., млн грн

Податкові надходження	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%	2018	%
ПДФО	62 557	83,10	54 921	55,90	78 971	53,70	110 653	48,22	135648	51,72
Податок на прибуток	260	0,30	4277	4,30	5879	4,10	6485	2,83	8782	3,35
Єдиний податок	243	0,32	439	0,45	712	0,48	874	0,38	974	0,37
Всього	75 250	100	98 218	100	146 902	100	229 491	100	262251	100

За даними <https://www.ibser.org.ua>

Динаміка податкового навантаження на бізнес

Податкове навантаження	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Середній темп зростання	Середній темп приросту, %
ПДФО	61 066	64 586	62 557	54 921	78 971	110 653	135648	1,142	14,2
Податок на прибуток	443	675	260	4277	5879	6485	8782	1,645	64,5
Єдиний податок	147	202	243	439	712	874	974	1,370	37,0
Всього	73 270	78 388	75 250	98 218	146 902	229 491	262251	1,237	23,7

За даними <https://www.ibser.org.ua>

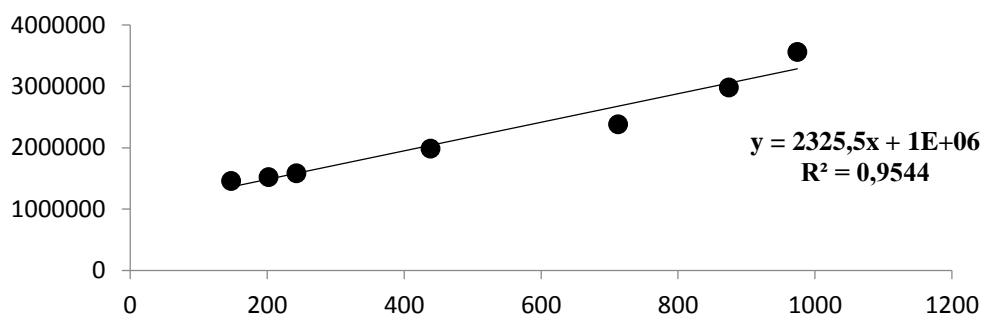


Рис. 1. Регресійна залежність впливу єдиного податку на ВВП

<http://cost.ua/budget/revenue>

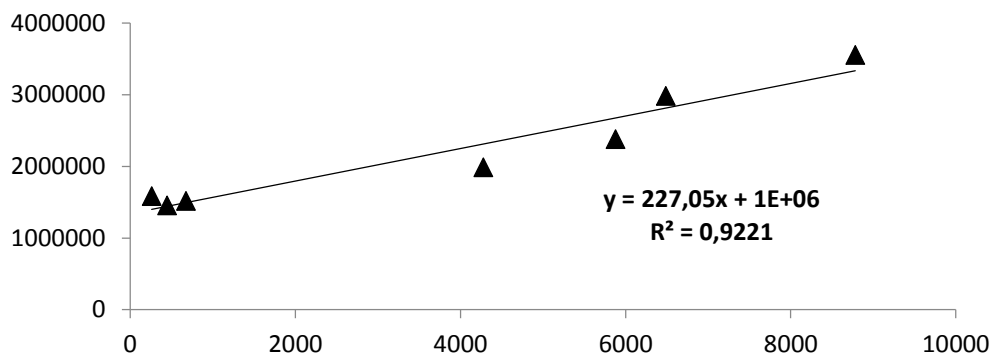


Рис. 2. Рівняння залежності ВВП від податку на прибуток підприємств

<http://cost.ua/budget/revenue>

Як свідчать дані таблиці 1, найвагомішу частку у податкових надходженнях до місцевих бюджетів становлять податки з фізичних осіб.

Тобто для зростання частки підприємницьких зобов'язань необхідні відповідні заходи регіональної політики для стимулювання розвитку малого бізнесу, представники якого є переважно платниками єдиного податку (табл. 2).

Регресійний аналіз впливу податкової відповідальності бізнесу різних розмірів на макропоказники свідчить про вищу залежність ВВП від єдиного податку, ніж від податкової відповідальності великих підприємств (рис. 1 та рис. 2).

Наведені дані визначають необхідність використання інструментів державного регулювання

соціальної відповідальності щодо стимулювання малого бізнесу як одного з найважливіших для сталого розвитку економіки.

Договірні зобов'язання першого рівня соціальної відповідальності бізнесу пропонується вимірювати не тільки рівнем податкового навантаження на бізнес, але й розміром податкових боргів. Можна стверджувати, що зростання податкових боргів свідчить про невиконання зобов'язань бізнесу та падіння рівня соціальної відповідальності. Так, за 2018 рік середній абсолютний приріст податкового боргу становив 1040,1 млн грн, а списання безнадійної заборгованості знизилася і складало 197,5 млн грн (рис. 3).

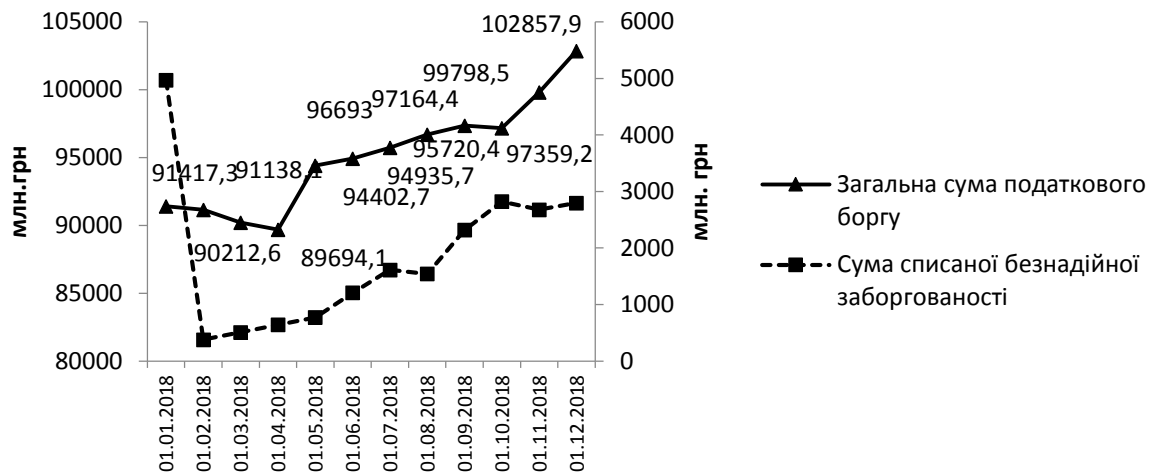


Рис. 3. Динаміка податкового боргу за 2018 рік
За даними <http://sfs.gov.ua>

Наведені дані свідчать про необхідність врахування як податкового навантаження, так і податкових боргів при оцінці першого рівня соціальної відповідальності. Враховуючи міжнародний досвід державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу, пропонується запровадження обов'язковості нефінансової звітності підприємств усіх форм власності та розмірів із відображенням даних динаміки податкового навантаження та податкових боргів для підвищення рівня прозорості відображення соціальної відповідальності.

Основними завданнями впровадження концепційних основ соціальної відповідальності підприємств є: сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу як чинника модернізації економіки, підвищення її конкурентоспроможності; запровадження єдиних підходів до розуміння соціальної відповідальності бізнесу в Україні всіма учасниками суспільних процесів; сприяння розвитку системи нефінансового звітування з метою більшої поінформованості суспільства щодо реалізації суб'єктами господарювання заходів із соціальної відповідальності бізнесу; удосконалення існуючих і розвиток нових форм державно-приватного партнерства для економічного, соціального й екологічного розвитку громад та територій; створення передумов для виконання вимог трудового законодавства та розвитку персоналу, забезпечення прав людини, етичного виховання та освіти членів суспільства; розвиток програм ресурсозбереження та енергоефективності; розвиток ділової етики, ефективного використання інтелектуального та соціального капіталу підприємницьких структур.

Інституційні елементи розвитку соціальної відповідальності бізнесу представлені в таблиці 3. Виконання завдань державного регулювання розвитку соціальної відповідальності бізнесу може бути забезпечено організаційними та нормативними заходами за напрямками:

- забезпечення сприятливих правових, фінансових, податкових та організаційних умов для розвитку соціальної відповідальності підприємницьких структур;

- унормування механізмів стимулювання запровадження політики соціальної відповідальності та реалізації соціально важливих програм на основі державно-соціального партнерства;

- забезпечення державної підтримки проведення публічних заходів та поширення інформації з просвітницьких питань та результативності соціальної відповідальності бізнесу на всіх рівнях управління;

- широке залучення засобів масової інформації, громадських організацій та академічних кіл до формування і запровадження механізмів регулювання та стимулювання соціальної відповідальності бізнесу.

Для цього потрібно трансформувати модель державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу на таку, яка відповідає загальноприйнятим міжнародним стандартам: позбавлена лінійних та авторитарних підходів до управління на основі електронного урядування та сталого розвитку [6]; орієнтована на впровадження таких суспільних цінностей, як національна безпека, недоторканність особистості, майна, власності, підвищення рівня та якості життя на основі використання стандартів світового ринку (ISO 22000); забезпечує розвиток конкуренції, середнього класу, дрібної і середньої трудової приватної власності, місцевого самоврядування на основі впровадження управлінських та іншого роду інновацій; підтримує використання не тільки концепції “корпоративного егоїзму”, але й концепцій “корпоративного альтруїзму” та “розумного егоїзму”; забезпечує подолання боргової відповідальності бізнесу за першим рівнем відповідальності (борг по податках) та за другим рівнем соціальної відповідальності – борги по зарплаті.

Інституційні елементи розвитку соціальної відповідальності бізнесу

Елементи	Роль в інноваційному розвитку	Вплив на економіку	Державне регулювання
Соціалізація бізнесу	Ефективність соціальних інновацій та інвестицій	Наявність концепції та стратегій розвитку	Нормативно-правове та методичне забезпечення впровадження концепції соціально відповідального бізнесу
Інноваційний потенціал	Використання природних, матеріальних, технічних та інтелектуальних можливостей розвитку територій	Забезпечення високих соціальних стандартів та якості життя населення	Соціальна політика використання соціальної відповідальності бізнесу
Державно-приватне партнерство	Реалізація проектів на основі узгодження економічних інтересів та сталого розвитку	Підвищення інвестиційної та інноваційної активності	Визначення переліку пріоритетів та національних, соціальних і екологічних інтересів, стандартів соціального розвитку

Розроблено автором

Детальна розробка національної концепції соціальної відповідальності бізнесу має враховувати:

- специфіку існуючих умов, ступінь розвитку взаємовідносин суб'єктів господарювання з зацікавленими сторонами (стейкхолдерами);

- етапність впровадження концепції та широку інформаційну роботу щодо важливості ролі соціальної відповідальності бізнесу для сталого розвитку [6];

- відображення принципів соціальної відповідальності на всіх рівнях договірного регулювання соціально-трудова відносин, при укладанні Генеральної, галузевих та регіональних тарифних угод, а також колективних договорів;

- розробки національних стандартів соціальної відповідальності бізнесу на мезо- та макрорівні;

- розробки критеріїв для визначення соціально відповідальних компаній та запровадження їх публічного рейтингового відображення, що можуть бути виражені через отримання нагород за кращі практики;

- запровадження дієвих мотиваційних механізмів застосування стандартів соціальної відповідальності, особливо в частині суспільного визнання та формування позитивного іміджу компаній.

Викладена концепція та напрями її трансформації дозволять збільшити привабливість підприємницької діяльності, покращити фінансово-економічний стан суб'єктів бізнесу та їх взаємодію з суспільством, якісно змінити стандарти життя громадян.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Виходячи з проведеного дослідження зарубіжного досвіду використання моделей соціальної відповідальності, автором зроблено висновок щодо недосконалості концептуального підходу до впровадження національної моделі у сучасних умовах господарювання. Для вирішення цієї проблеми розроблено інституційні елементи розвитку соціальної відповідальності бізнесу,

визначено завдання та напрями вдосконалення державного регулювання СВБ, обґрунтовано необхідність запровадження моніторингу на всіх рівнях соціальної відповідальності бізнесу та використання даних його аналізу для визначення напрямів стимулювання розвитку соціально орієнтованого бізнесу.

Щодо уточнення понятійного апарату: соціальна відповідальність бізнесу розуміється як відповідальність бізнес-структур за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка сприяє сталому розвитку; відповідає за дотримання норм чинного законодавства на всіх рівнях соціальної відповідальності, міжнародним нормам та стандартам поведінки; інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах за різними типами концепцій: “корпоративного альтруїзму”, “корпоративного егоїзму” та “розумного егоїзму”.

Ключовим інструментом розвитку соціально відповідального бізнесу є підтримка держави, яка повинна супроводжуватися програмами розвитку соціальних підприємств, впровадженням системи пільгового оподаткування, виробленням національної стратегії розвитку соціального бізнесу.

У сфері державного регулювання запропоновано перейти до розподілу соціальної відповідальності між державою, бізнесом і різними неурядовими організаціями на основі державно-приватного партнерства з метою стимулювання соціально відповідальних відносин, гармонізації інтересів, узгодженості дій щодо сталого розвитку.

Перспективними напрямами подальших досліджень розробки концепції соціальної відповідальності бізнесу є визначення окремих функцій державного регулювання соціальної відповідальності на макро- та мезорівнях управління, розробка та використання методичного та інформаційно-аналітичного забезпечення моніторингу параметрів соціальної відповідальності бізнесу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баюра Д. О. Формування системи корпоративного управління на засадах соціальної відповідальності / Д. О. Баюра // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. – Серія “Економіка”. – 2013. – № 10. – С. 18-22.
2. Белявська К. С. Соціальна відповідальність бізнесу: еволюція поглядів на проблему / К. С. Белявська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – №1. – С. 228-233.
3. Будьонна Л. Шляхи та напрями формування соціальної відповідальності бізнесу в Україні / Л. Будьонна // Соціальна політика. – 2008. – №8. – С. 9-10.
4. Вергун Л. І. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах глобальної фінансово-економічної кризи / Л. І. Вергун // Теоретичні та прикладні питання економіки : зб. наук. праць. – К., 2010. – Вип. 23. – С. 165-170.
5. Волошковець Н. Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки / Н. Ю. Волошковець // Наук. праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – Вип. 17. – С. 125-131 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/index.html.
6. Глобальний договір ООН (UN Global Compact, 2000) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: globalcompact.org.ua.
7. Гуменна О. В. Соціальна відповідальність бізнесу в контексті інноваційного розвитку економіки / О. В. Гуменна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu/Ekon/2009_7/09ga_vdoe.pdf.
8. Дунаєв І. В. Мотиваційні аспекти становлення соціальної відповідальності бізнесу в Україні / І. В. Дунаєв, Н. І. Лепеха // Державне регулювання соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу. – Х. : Магістр, 2014. – С. 144-146.
9. Коваленко О. В. Соціальна відповідальність бізнесу як наслідок державного регулювання економіки / О. В. Коваленко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.icp-ua.com/ru/node/1155>.
10. Концепція національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kbs.org.ua/index.php?get=14&id=5817>.
11. Король С. Інституційний підхід до соціальної відповідальності бізнесу / С. Король // Вісник КНТЕУ. – 2013. – №3. – С. 42-55.
12. Макара О. В. Концепція соціально орієнтованого регулювання національної економіки / О. В. Макара // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2011. – № 6 (51), ч. 2. – С. 211-215.
13. Мельник С. Становлення соціально орієнтованого бізнесу в Україні як складова державної соціальної політики / С. Мельник // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 5. – С. 32-36.

14. Мурашко М. І. Концептуальні основи соціальної відповідальності бізнесу в Україні / М. І. Мурашко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dse.org.ua/archive/12/11.pdf>.
15. Охріменко О. О. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / Охріменко О. О., Іванова Т. В.; Національний технічний університет України “Київський політехнічний інститут”. – 2015. – 180 с.
16. Панченко Н. Г. Формування концепції корпоративної соціальної відповідальності підприємства / Н. Г. Панченко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2018. – № 62. – С. 377-384.
17. Результати опитування: соціальна відповідальність бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf.
18. Шира Н. О. Напрями впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності в практику українських підприємств / Н. О. Шира, А. І. Іващенко // Ефективна економіка. – 2013. – №11 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2502.

REFERENCES

1. Baiura, D. O. (2013), Formuvannia systemy korporativnoho upravlinnia na zasadakh sotsialnoi vidpovidalnosti, Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu im. Tarasa Shevchenka, Seriiia “Ekonomika”, № 10, p. 18-22.
2. Belianska, K. S. (2011), Sotsialna vidpovidalnist biznesu: evoliutsiia pohliadiv na problemu, Visnyk Khmelnytskoho naionalnoho universytetu, №1, s. 228-233.
3. Budonna L. (2008), Shliakhy ta napriamy formuvannia sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini, Sotsialna polityka, №8, p. 9-10.
4. Verhun, L. I. (2010), Sotsialna vidpovidalnist biznesu v umovakh hlobalnoi finansovo-ekonomichnoi kryzy, Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky: zb. nauk. prats, vyp. 23, p. 165-170.
5. Voloskovets N. (2010), Korporativna sotsialna vidpovidalnist pidpriemstv yak osnova innovatsiinoho rozvytku suchasnoi ekonomiky, available at : http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/index.htm.
6. Hlobalnyu dohovor OON, available at : globalcompact.org.ua.
7. Humenna, O. V. (2009), Sotsialna vidpovidalnist biznesu v konteksti innovatsiinoho rozvytku ekonomiky, available at : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu/Ekon/2009_7/09ga_vdoe.pdf.
8. Dunaiev, I. V. (2014), Motyvatsiini aspekty stanovlennia sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini, Derzhavne rehuliuвання sotsialnoho pidpriemnytstva ta sotsialno vidpovidalnoho biznesu, Mahistr, Kh., s. 144-146.
9. Kovalenko, O. V. (2010), Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak naslidok derzhavnoho rehuliuвання ekonomiky, available at : <http://www.icp-ua.com/ru/node/1155>.

10. Kontsepsiia natsionalnoi stratehii sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini, available at : <http://kbs.org.ua/index.php?get=14&id=5817>.

11. Korol S. (2013), Instytutsiinyi pidkhd do sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu, Visnyk KNTEU, №3, p. 42-55.

12. Makara, O. V. (2011), Kontsepsiia sotsialno oriientovanoho rehuliuвання natsionalnoi ekonomiky, Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli, № 6 (51), ch. 2. P. 211-215.

13. Melnyk S. (2008), Stanovlennia sotsialno oriientovanoho biznesu v Ukraini yak skladova derzhavnoi sotsialnoi polityky, Ukraina: aspekty pratsi, № 5, p. 32-36.

14. Murashko, M. I. Kontseptualni osnovy sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini, available at : <https://dse.org.ua/arhcive/12/11.pdf>.

15. Okhrimenko, O. O. and Ivanova, T. V. (2015), Sotsialna vidpovidalnist : navch. posib.; Natsionalnyi

tekhnichnyi universytet Ukrainy "Kyivskyi politekhnichnyi instytut", 180 p.

16. Panchenko, N. H. (2018), Formuvannia kontsepsii korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstva, Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti, № 62, p. 377-384.

17. Rezultaty opytuvannia: sotsialna vidpovidalnist biznesu v Ukraini, available at : http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf.

18. Shyra, N. O. (2013), Napriamy vprovadzhenia systemy korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti v praktyku ukrainskykh pidpriemstv, available at : www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2502.

Стаття надійшла до редакції 25 січня 2019 р.