

8. Гур'єв С.О., Терент'єва А.В. Організаційні принципи та управління державною службою медицини катастроф України // Зб. наук. праць Укр. Війс.-мед. академії.– Київ, 2008. – Вип. 22. – Інв. № 809. - С. 105 - 114.
9. Гур'єв С.О., Рошчін Г.Г., Мазуренко О.В., Барамія Н.М., Погава О.З. Основні критерії єдиної концепції надання екстреної медичної допомоги в умовах катастроф та під час особливого періоду // Укр. журнал екстр. медицини ім. Г.О. Можаяєва. - 2004. - Т. 5. - № 5 (Д). -С. 27 - 31.
10. Державна служба медицини катастроф України. Правові та норма-тивні акти. - К.: МОЗ України, УНПЦ ЕМД та МК, 1998. - 136 с.
11. Доклад о глобальных катастрофах: роль информации при бедствиях // Междунар. Федерация Кр. Креста и Кр. Полумесяца. – Женева, 2008. – 40 с.
12. Збірник нормативно-правових актів з питань надзвичайних ситуацій та техногенної безпеки : норматив. док. / Львів. держ. ун-т безпеки життєдіяльності; [упоряд.: Сукач Ю.Г. та ін.] – Львів: Поліграф. центр Вид-ва Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2007– Ч. 2: – 2007. – 411 с.

*Рецензент: Солоненко І.М., д.мед.н., професор.*

**УДК 351**

**Щур Н.О.,**  
аспірант кафедри управління  
суспільним розвитком  
Національної академії державного  
управління при Президентові України

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ СИЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ**

*У статті проаналізовано розуміння сутності, принципів, методів соціальної відповідальності бізнесу (СВБ). Визначено роль СВБ у реалізації соціальної політики держави, основні компоненти зовнішньої та внутрішньої СВБ. Подано пропозиції, щодо поширення в Україні СВБ.*

*В статье проанализированы понимания сущности, принципов, методов социальной ответственности бизнеса (СОВ). Определена роль СВБ в реализации социальной политики государства, основные компоненты внешней и внутренней СВБ. Представлены предложения, относительно распространения в Украине СВБ.*

*The paper explores the understanding of the essence, principles, methods of social responsibility (CSR). The role of CSR in the implementation of social policy, the basic components of internal and external CSR. The proposals regarding the spread of CSR in Ukraine*

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах в різних країнах участь бізнесу у вирішенні соціальних проблем держави або жорстко регулюється в рамках чинного законодавства, або здійснюється самостійно під впливом соціальних принципів для спеціально встановлених стимулів і пілґ.

Очікування суспільства щодо соціальної ролі бізнесу за остані роки зазнали великих змін. Для скорочення розриву між цими новими

очікуваннями і реакцією компаній їм необхідно більш активно займатися вирішенням соціальних проблем. Як відомо, сучасний розвиток суспільства зумовлює необхідність перегляду системи відносин держава-бізнес-суспільство. Підсилюючу роль бізнесу обумовлює складність, масштабність проблем глобального суспільства. Адже дуже гостро на початку нового тисячоліття постали питання які уряд поодиночі вирішувати не може: боротьба з безробіттям та корупцією, охорона здоров'я населення та охороною навколишнього середовища та ін. Для вирішення глобальних соціальних, економічних, екологічних проблем державі потрібна підтримка і вона починає тісно співпрацювати з бізнесом.

Так у 2010-2012 роках погіршилась соціально-економічна ситуацію в Греції, Єгипті, Португалії, Іспанії, Італії та інших країнах. В свою чергу, представники бізнесу відзначають, що компаніям варто зосередитися на збереженні якомога більшого числа робочих місць, тому що співробітники підприємств, компаній є пріоритетом у політиці СВБ. У той же час витрати на реалізацію програм соціальної допомоги можуть бути на якийсь час скорочені або взагалі припинені [10].

Чи повинен бізнес брати участь у рішенні соціальних проблем, чи це винятково функція держави, цим питанням зацікавились українські дослідники. Та дійшли висновку, що українські компанії схильні більше покладати турботу про суспільство на державу (опитувалась 1221 українська компанія). На питання чи згодні компанії з твердженням, що рішення соціальних проблем – це функція державних структур, а бізнес повинен тільки забезпечувати власникам (акціонерам) одержання прибутку і платити податки державі, ствердно відповіло 48,8% компаній. З них абсолютно згодні 17,2% і скоріше згодні – 31,6%. Це вище, ніж відсоток не згодних з таким твердженням. Тільки 32,7% підприємств вважають, що бізнес повинен брати участь у рішенні соціальних і екологічних проблем суспільства (при цьому абсолютно переконані лише 11,8% компаній) [18, с. 3, 10]. Це чітко вказує нам на те, що концепція СВБ в нашій державі, порівняно з країнами з розвинутою ринковою економікою та сильною соціальною політикою, ще не отримала розвитку та поширення.

Зростання актуальності питань соціальної солідарності, СВБ, створення соціальної інфраструктури та підтримки соціальної політики держави в країні зумовлює посилення уваги до цієї проблематика з боку науковців. В Україні, на жаль, цьому питанню не приділяється належна увага, а відсутність відповідного законодавства, засад та інструментів впливу на СВБ зумовлюють актуальність та необхідність даного дослідження.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Дослідження з проблематика СВБ висвітлено у працях: *зарубіжних вчених* – А. Керролла, Дж. Колонскі, М. Герета, Д. Віндзора, Р. Штойера М. Фрідмена, М. Альбера, П. Друкера, А. Керолла, М. Портера, В. Хойера, М. Фрідмена; *російських вчених* – Ю. Будкіна, Є. Балицького, П. Гончарова, Ю. Лапигіна, А. Андріанова; *вітчизняних науковців* – І. Акімова, В. Воробей,

М. Бутко, М. Мурашко, С. Мельника, Н. Балабанова, Жукова, П. Шевчука, В. Шаповала, В. Трощинського, В. Гошовської, Е. Лібанової.

*Виділення невирішених раніше питань.* Питання СВБ є відносно новим, тому в науковій літературі недостатньо досліджений феномен СВБ, його роль, місце у соціальній політиці України. Що і викликало зацікавленість та актуальність даного дослідження.

*Мета даної статті* – аналіз сутності СВБ в реалізації соціальної політики України та визначенні відношення бізнес-еліти до своєї участі в рішенні соціальних питань держави.

*Виклад основного матеріалу дослідження.* СВБ не виникла раптово, перші наукові розробки стосовно розуміння її сутності, принципів, методів та відповідно, поширення концепцій соціальної відповідальності (СВ) здійснив Хоуард Р. Боуен у своєму дослідженні в «Соціальна відповідальність бізнесмена» у 1953 р. [1]. Та з роками концепція СВБ поширювалася в міру того, як корпорації ставали масштабнішими й потужнішими. Відповідно до викликів часу та зростання ролі корпорацій, збільшення їх впливу на суспільство – концепція СВБ поширювалась. У Європі СВБ офіційно була закріплена лише наприкінці ХХ століття та знайшла своє відображення у документах Глобального договору ООН (1999 р.) та Європейської комісії в «Зелена книга» (2001 р.) [2, с.50; 3]. Глобальний Договір є ініціативою, спрямованою на сприяння соціальної відповідальності бізнесу та підтримку вирішення бізнес елітою проблем глобалізації та створення більш стабільної та всеохоплюючої економіки.

Поштовхом до розвитку СВ в Європі став закон, що зобов'язав пенсійні фонди інформувати громадськість про те, чи вкладають вони надходження від пенсійних внесків у діяльність соціально відповідальних компаній.

Поступово СВБ виходить на національний рівень. Політика СВ стає складовою частиною оцінки діяльності та успішності корпорацій. Поряд з фінансовими операціями корпорації стали займатися соціальним інвестуванням, тобто вливанням фінансів в соціальні програми, спрямовані на підтримку життя суспільства.

Взагалі у світі, сектор інвестицій в СВБ постійно зростає. Сьогодні активи тільки європейських фондів, щодо СВ сягають \$15 млрд. Найбільш популярними об'єктами інвестицій у рамках цієї моделі є: розвиток персоналу компанії; внесок в розвиток муніципальних утворень, де розташовані виробничі потужності компаній; природоохоронна діяльність; розвиток науки, освіти і технологій; добродійні внески за участю працівників компанії; програми приведення діяльності компанії відповідно до світових галузевих стандартів [15, с.27].

Аналізуючи світовий історичний розвиток процесу формування його основних засад слід зазначити факт впливу міжнародних організацій: ООН, її агенції; Організація країн експортерів нафти (ОПЕК); Європейський Союз з його складовими частинами; МОП; провідні світові

бізнес структури, громадських та політичних організацій [2, с. 51]. Фактично існує два напрями в діяльності міжнародних організацій, які визначають основні тенденції розвитку СВБ:

- Організація Об'єднаних Націй;
- різні світові бізнес структури та громадські організації, які захищають інтереси корпоративного сектора [5, с.13].

Таблиця 1

**Глобальні гравці СВБ [6]**

№ п/п	Агенції ООН	Міжнародні гравці та агенції ЄС
1	Управління Верховного комісара по правах людини	<i>Європейська Рада (The European Council)</i> створена в 2000 році в Лісабоні
2	Програма ООН із захисту навколишнього середовища	<i>Європейський Самміт (The European Summit) – 2001 рік в Стокгольмі</i>
3	Міжнародна Організація Праці	<i>Європейська Комісія (The European Commission)</i> у 2001 року видала Зелену Книгу (Green Paper) „Просування європейського підходу до соціальної відповідальності бізнесу”
4	Програма Розвитку ООН	<i>Багатосторонній форум СВБ ЄС (EU Multi-Stakeholder Forum on CSR)</i> заснований в жовтні 2002 з метою просування прозорості та зрощування СВБ заходів. Даний форум складається з 40 членів, які представляють працедавців, працівників, споживачів та громадськість. Форум призначений для обговорення таких питань як конкуренція, сталий розвиток, кодекси поведінки, звітування тощо.
5	Організація Промислового Розвитку ООН	<i>ОЕСР (OECD)</i> . Країни-учасники груп ОЕСР поділяють зобов'язання щодо демократичного управління та ринкової економіки,
6	Управління ООН з боротьби з розповсюдженням наркотиків та злочинністю	<i>Керівні принципи ОЕСР для транснаціональних компаній</i>
7		<i>Об'єднання економік відповідальних щодо охорони навколишнього Середовища (CERES) – неприбуткове об'єднання понад 50 інвесторів, екологічних, релігійних, робітничих груп та груп соціальної справедливості і включають громадські організації, корпорації, консультаційних та бухгалтерських фірм, бізнес асоціацій, наукових організацій та інших установ.</i>

8	<i>Всесвітня ділова рада за сталий розвиток (WBCSD)</i> – спілка 175 міжнародних компаній з 35 країн та 20 основних промислових секторів, об'єднаних спільним вкладом у сталий розвиток через три стовпи: економічний розвиток, екологічний баланс та соціальний прогрес. Це є всесвітня мережа 50 національних та регіональних рад і партнерських організацій, що залучають близько 1000 бізнес лідерів з усього світу.
9	<i>Бізнес задля соціальної відповідальності (BSR)</i> – всесвітня організація, яка допомагає компаніям-учасникам досягти успіху шляхом поваги до етичних цінностей, людей, спільнот та навколишнього середовища. Забезпечує бажаних інформацією, інструментарієм, тренінгами та дорадчими послугами для перетворення СВБ невід'ємною складовою ділових операцій та стратегій ведення бізнесу.
10	<i>Міжнародний форум лідерів бізнесу (International Business Leaders Forum)</i> – міжнародна неприбуткова організація утворена 1990 року Принцом Уельським та групою президентів міжнародних компаній. Її місією є просувати на лідируючі позиції відповідального бізнесу та партнерства заради соціального, економічного та екологічно сталого міжнародного розвитку, особливо у нових ринкових економіках та ринкових економіках, що розвиваються.
11	<i>СВБ Європа (CSR Europe)</i> – лідируюча європейська бізнес мережа соціальної відповідальності бізнесу, яка складається з понад 60 провідних мультинаціональних компаній-членів.

У сучасному розумінні суспільства з'явилася нова парадигма СВБ, основна думка полягає в тому, що розширення сфери відповідальності компаній так само неминуче, як і розширення сфери впливу. Бізнес діє під тиском влади і суспільства, і підходи корпоративного громадянства дають компаніям і всьому діловому співтовариству можливість не тільки відповідати на цей тиск, але й активно впливати на соціально-економічне оточення у своїх цілях.

Системній співпраці держави і бізнесу з питань розповсюдження та вкорінення СВБ допоможе спеціально підготовлений документ – стратегія розвитку соціально відповідальної діяльності бізнесу, яка має стати підґрунтям інтеграції основних норм і правил СВБ у діяльність українських компаній. Координаційна рада у складі представників мережі Глобального договору ООН в Україні та Центру розвитку КСВ, численних ділових організацій та асоціацій, до яких долучився УСПП, підготували

концепцію Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Документ було обговорено на XIII з'їзді УСПП, що відбувся у грудні 2011 року, та підтримано промислово-підприємницьким середовищем. За підписом президента УСПП А. Кінаха в КМУ було направлено клопотання про розгляд проекту Національної стратегії. Проект був взятий до уваги урядом країни, про що свідчать доручення Прем'єр-міністра України М. Азарова (№7449/1/1-12 від 25.02.12) першому віце-прем'єр-міністру В. Хорошковському та додаток до доручення щодо залучення до розгляду питання міністрів та керівників відомств [7].

Вчені сьогодні поділяють СВБ на два блоки – зовнішній (відносять програми та заходи, що не регулюються законодавством країни) та внутрішній (програми, щодо розвитку людського капіталу).

Таблиця 2

**Основні компоненти блоків СВБ [6]**

№ п/п	Внутрішня СВБ	Зовнішня СВБ
1	охорона праці	спонсорство та корпоративна благодійність.
2	стабільність заробітної плати	сприяння охороні навколишнього середовища.
3	підтримка соціально значимої заробітної плати	взаємодія з місцевим співтовариством і місцевою владою.
4	стабільність праці	відповідальність перед споживачами товарів і послуг (випуск якісних товарів).
5	розвиток людських ресурсів через навчальні програми та програми підготовки та підвищення кваліфікації	готовність брати участь в кризових ситуаціях
6	впровадження інновацій	соціально відповідальне інвестування
7	відповідні умови праці	впровадження інновацій
8	додаткове медичне та соціальне страхування співробітників.	розширення ринків та нарощення конкурентоспроможності на міжнародному рівні
9	політика адаптації підприємства до структурних змін	зниження корупції
10	зниження плинності кадрів	зниження ризиків в діяльності компанії
11	розвиток персоналу з метою залучення та затримання талановитих працівників	запровадження соціально значимих продуктів та послуг
12	адаптація до змін	просвітницька діяльність, розвиток громадянського суспільства
13		сприяння малому та середньому бізнесу
		співпраця з місцевими громадами
		взаємини з бізнес партнерами, постачальниками і споживачами (так званими групами впливу)

Відповідно до досліджень ділового середовища, проведеним IFC, українська система адміністрування податків є однією з головних перешкод для розвитку бізнесу, особливо для малого бізнесу і приватних підприємців. Згідно рейтингу Doing business 2012, укладеного Світовим банком та IFC Україна у 2010 році посідала 181 місце серед 183 країн світу за показниками умов сплати податків. У 2012 р наша країна посідає 152 місце зі 183 країн світу (Росія – 120-е, Латвія – 21-е, Грузія – 16-е). За рік країна втратила 2 позиції, знаходиться наразі між Ліберією та Болівією. Щоправда, в Світовому банку зауважували, що в дослідженні не враховували низку проведених реформ, зокрема, податкову, спрощення процедури закриття підприємств, отримання дозволів на будівництво [10].

Через початкову стадію формування соціальної місії бізнесу в Україні існує нерозуміння цілісності концепції, апробованих практик та їх корисності. Як і раніше, СВ залишається орієнтованою на найближче коло стейкхолдерів - державу, власників, персонал та організації, які його представляють. Більш широке коло зацікавлених сторін – місцеві співтовариства, територіальні громади, регіони, постачальники, споживачі практично вилучені з даного процесу. Це відбувається здебільшого через те, що в Україні основними рушійними силами процесів впровадження СВБ є поки що незначна кількість великих компаній, які, проводячи первинне публічне розміщення акцій на міжнародних фондових біржах, змушені приймати умови потенціальних акціонерів, підвищуючи таким чином вартість своїх акцій. Ці дії на даному етапі є в основному безсистемними і непрофесійними [8, с. 84].

Важко не погодитись з думкою, В. Шаповала, що в Україні на сьогодні відсутня державна політика щодо розвитку СВБ. На жаль, влада сприймає соціальну відповідальність бізнесу досить однобічно, як «соціальне партнерство», «соціальний діалог» чи «благодійність». Результатом цього є недостатня підтримка соціальних програм і проектів підприємств органами державної влади, відсутність відкритого діалогу щодо розробки належних стимулів для бізнесу, який прагне у своїй діяльності реалізувати принципи соціальної відповідальності. Відповідно, СВБ сприймається українськими підприємцями як маркетингова або PR-технологія та обмежується соціальними акціями [9].

Вихід українських компаній на міжнародний рівень поставив перед ними низку питань, з якими вони раніше не стикалися на внутрішньому ринку. Це й необхідність брати на себе широкі соціальні зобов'язання на куплених іноземних активах, і міжнародні вимоги, що стосуються ведення етичного бізнесу, і додаткові умови банків-кредиторів щодо екологічного аудита проектів. При цьому надання закордонним партнерам інформації про реалізовані соціальні програми спрощує встановлення бізнес-відносин. Як правило, соціальна політика підприємств має безсистемний характер, не будучи складовою частиною загальної бізнес-стратегії, а стандартів КСВБ в тому чи іншому ступені дотримуються тільки великі корпорації або представництва іноземних компаній, що працюють в Україні. У сфері

середнього бізнесу практика СВБ майже не розвинена. В основному компанії фінансують проекти СВБ для поліпшення корпоративного іміджу або просування власних брендів. До того ж більшість друкованих та електронних ЗМІ не розглядають різного роду повідомлення про реалізовані програми в області КСВБ як інформаційний привід. Тому нерідкісні випадки, коли медіабюджети соціальних проектів перевищують витрати на вирішення самої проблеми [10].

На нашу думку, проблема українських реалій СВБ полягає в тому, що хоча бізнес-еліти і «максимально» намагаються дотримуватись законодавства та проводять проекти із певним соціальним забарвленням, однак більшість не робить прив'язки таких бізнес-проектів до власної СВ. Хоча головною проблемою в реалізації та контролюванні державою СВБ в нашій країні можна назвати: глобалізаційні процеси (можливість швидкого «неконтрольованого» переказу грошей різні банки світу); офшорні зони і відповідно, використання офшорних схем для відмивання доходів; корумпованість на всіх щаблях влади; високі інвестиційні ризики; небажання бізнес-еліти займатись благодійністю та допомагати бідним; нерівномірність розуміння СВ.

За даними українського уряду, видатки на робочу силу становлять лише 9%, тоді як у країнах ЄС – у середньому 45%. Тобто, в Україні працівникам недоплачують принаймні у п'ять разів. Різниця присвоюється бізнесом, і лише незначна частина її вкладається в розвиток виробництва [11, с. 43]. На засіданні круглого столу «Соціально-відповідальний бізнес та гідна праця. Участь профспілок в управлінні підприємством» в лютому 2010 р. президент Української асоціації якості П. Калита відзначив досвід розвинутих країн, де найбільшого успіху досягають тільки ті компанії, які декларують своєю головною метою не збільшення прибутку, а соціальні цінності.

*Висновки.* Аналізуючи міжнародний досвід та досвід таких країн як Швеція, Німеччина в проведенні соціальної політики та співпраці уряду з організаціями України для ефективної СВБ насамперед необхідно: розробити та затвердити законодавчу базу (на сьогодні це тільки Закон про благодійництво та благодійні організації), яка забезпечить зацікавленість та стимулюватиме бізнес-еліти до СВ; проводити постійну антикорупційну політику; залучення бізнес структур до розробки і впровадження Положень та Паспорту СВБ; удосконалювати співпрацю у форматі соціального діалогу; активна роль держави у стратегічному плануванні бізнесу.

Деякі політики та бізнесмени вважають, що вирішення питань розвитку економіки має стояти на першому місці, найкращі ресурси мають віддаватися їй, а на соціальні потреби піде те, що залишилося. Принципово помилкова ідея. Економіка у принципі не зможе зростати, якщо всередині країн не купуватиметься її продукція, а бізнес не буде зацікавленим у проведенні соціальної політики та подоланні соціальних проблем [11, с. 43]. Тому одним із важливих аспектів підвищення СВБ є зацікавленість з



боку держави не тільки на законодавчому рівні (що теж є вагомим чинником), але і в проведенні постійного соціального діалогу та соціального партнерства. Головна суть яких полягає в: формуванні та реалізації державної соціальної політики, в постійних конструктивних переговорах сторін, узгодженні позицій та спільному вирішенні такої важливої проблеми, як консолідація українського суспільства на шляху реалізації пріоритетних національних інтересів. Ці дії повинні базуватись на принципах: законності, добровільності, рівноправності, паритетності представництва, пріоритетності узгоджувальних процедур, взаємоповаги, відповідальності сторін [12, с. 28].

Держава повинна стимулювати поширення українськими суб'єктами господарювання та організаціями нефінансових звітів, проектів розвитку навичок інвестиційних компаній, аналітиків, інвесторів, фондів та банків щодо аналізу нефінансових ризиків; сприяти проведенню бізнес-конкурсів з тематики СВБ, у тому числі щорічного Українського національного конкурсу якості, підготовці фахівців за кваліфікацією «Менеджер із соціальної та корпоративної відповідальності», «Експерт із соціальної відповідальності бізнесу», «Соціальний аудитор» (відповідно до Національного класифікатора професій ДК 003:2010). Не менш важливим є запровадження до навчального процесу вищих навчальних закладів та бізнес-шкіл дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу», а також програм підготовки та підвищення кваліфікації державних службовців, наукових досліджень у сфері СВБ на національному та регіональному рівнях.

Задля ефективної реалізації Національної стратегії СВБ в Україні пропонується створити єдиний портал, на якому можна буде ознайомитися зі станом її виконання, зі списком компаній-порушників принципів захисту прав споживачів та принципів діяльності з соціальної відповідальності, а також всеукраїнський інформаційний центр з питань СВБ, що діятиме за принципом «гарячої лінії». У той же час, співпрацюючи з діловими колами з підвищення ролі соціально відповідального бізнесу, влада повинна усвідомлювати, що права вимагати у бізнесу фінансування соціальних проектів, запроваджувати «добровільні» відрахування задля підтримки різноманітних ініціатив в неї немає. Впровадження СВБ у діяльність компаній має відбуватися на добровільній основі, і усі контакти з владою мають бути суто партнерськими [7].

Основним напрямком реалізації соціальної політики та СВБ в Україні повинно бути не тільки розширення заходів соціальної допомоги та підтримки населення, але й розвиток людського потенціалу, підвищення якості людського капіталу як основи економічного зростання. Потрібно зрозуміти, що рівень розвитку СВБ є одним з головних факторів добробуту та якості життя суспільства.

*Перспективи подальших досліджень.* Необхідно приділити увагу дослідженню зовнішнього впливу на соціальну політику України та СВБ.

*Використані джерела інформації:*

1. Bowen H.R. Social responsibilities of the Businessman. N.Y. «Harper&Row», 1953. – pp. 71-82.
2. Аналіз розвитку систем управління соціальною відповідальністю підприємства та проблеми їх впровадження в Україні [Текст] / Л. Корчевна [та ін.] // Стандартизація. Сертифікація. Якість. - 2009. - № 3. - С. 50-53.
3. Зелена книга Європейського Союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.rsprenergy.ru/main/static.asp?art\\_id=1552](http://www.rsprenergy.ru/main/static.asp?art_id=1552)
4. Офіційний сайт Мережі Глобального Договору в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу : <http://www.globalcompact.org.ua>
5. Акімова І. Соціальна відповідальність бізнесу : розуміння та впровадження [Текст] / І. Акімова А. Марцінків, О. Осінкіна. – К. : Видавнича компанія «КІТ». – 2005. – 41 с.
6. Щур Н.О. Соціальна політика держави та соціальна відповідальність бізнесу [Електронний ресурс] // Державне управління: теорія та практика. – 2011. – № 2. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/e-journals/dutp/2011\\_2/txts/Schur.pdf](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/dutp/2011_2/txts/Schur.pdf)
7. Соціально відповідальна діяльність бізнесу і держави – партнерство заради розвитку [Електронний ресурс] // Український союз промисловців і підприємців – Режим доступу: <http://www.uspp.org.ua/actual/138.socialno-vidpovidalna-diyalnist-biznesu-i-derzhavi-partnerstvo-zaradi-rozvitku.htm>
8. Бутко М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні / М. Бутко, М. Мурашко. // [Текст] : Економіка України. - К. : Вид-во Преса України. – 2009. – Вип. 7. – С . 74 - 85.
9. Шаповал В. М. Взаємодія держави й бізнесу як основа розвитку соціальної відповідальності [Текст] / В. Шаповал // Держава та регіони. - Запоріжжя : Класич. приватний ун-т. – 2008. – С. 196 - 201.
10. Капіталізм з людським обличчям [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://news.finance.ua/ua/~2/0/all/2009/01/31/150085>
11. Дії влади у сфері економічної політики : позиції фахівців [Текст] // Національна безпека і оборона – 2011. – № 3. – С. 37-44.
12. Концепція сучасної державної кадрової політики України: наук. вид. - К. : Вид-во НАДУ. – 2006. - 56 с.

*Рецензент: Михненко А.М., д.іст.н., професор*