

МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

© 2014 БАБИНА О. Є., КОМАРОВА А. А.

УДК 330.342

Бабина О. Є., Комарова А. А. Механізм підвищення рівня соціально відповідальної діяльності підприємств України

У статті узагальнено положення концепції соціальної відповідальності українських підприємств. У результаті проведеного дослідження сформовано механізм підвищення рівня корпоративної соціальної відповідальності, який включає принципи та фактори – стимули впливу на рівень соціальної відповідальності, інструментарій підвищення її рівня залежно від суб'єктів соціально орієнтованої діяльності, а також результати впровадження концепції соціальної відповідальності. Даний механізм може бути використаний підприємствами для кращого розуміння концепції соціальної відповідальності бізнесу (СВБ), інструментів для її імплементації та суб'єктів соціально орієнтованої діяльності. Для розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні необхідне, перш за все, роз'яснення суті даного поняття суспільству, об'єднання зусиль бізнесу та держави шляхом створення спільних соціальних програм задля вирішення негайних потреб суспільства та попередження виникнення нових кризових ситуацій. З боку держави це означає створення сприятливого інвестиційного клімату, передбачуваність і стабільність «правил гри», відкритість інформації, створення механізму цивілізованого лобіювання інтересів бізнесу і відкритого діалогу з ним у питаннях розвитку країни.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, сталий розвиток, механізм, економічна відповідальність, екологічна відповідальність, соціальна відповідальність, інструмент.

Рис.: 1. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 17.

Бабина Олена Євгенівна – кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри економіки і менеджменту, Київська державна академія водного транспорту ім. Гетьмана Петра Конашевича–Сагайдачного (вул. Фрунзе, 9, Київ, 04071, Україна)

E-mail: ek_m_2013@ukr.net

Комарова Анастасія Артурівна – магістрант, факультет економіки транспорту, Київська державна академія водного транспорту ім. Гетьмана Петра Конашевича–Сагайдачного (вул. Фрунзе, 9, Київ, 04071, Україна)

E-mail: anastasia.komarova.2011@gmail.com

УДК 330.342

Бабина Е. Е., Комарова А. А. Механизм повышения уровня социальной ответственности деятельности предприятий Украины

В статье обобщены положения концепции социальной ответственности украинских предприятий. В результате проведенного исследования сформирован механизм повышения уровня корпоративной социальной ответственности, который включает принципы и факторы – стимулы влияния на уровень социальной ответственности, инструментарий повышения ее уровня в зависимости от субъектов социально ориентированной деятельности, а также результаты реализации концепции социальной ответственности. Данный механизм может быть использован предприятиями и другими субъектами социально ориентированной деятельности для лучшего понимания концепции социальной ответственности бизнеса (СОБ), инструментов для ее имплементации. Для развития социальной ответственности бизнеса в Украине необходимо, прежде всего, разъяснение сущности данного понятия обществу, объединение усилий бизнеса и государства путем создания общих социальных программ ради решения неотложных потребностей общества и предупреждения возникновения новых кризисных ситуаций. Со стороны государства это означает создание благоприятного инвестиционного климата, предсказуемость и стабильность «правил игры», открытость информации, создание механизма цивилизованного лоббирования интересов бизнеса и открытого диалога с ним по вопросам развития страны.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, устойчивое развитие, механизм, экономическая ответственность, экологическая ответственность, социальная ответственность, инструмент.

Рис.: 1. **Табл.:** 1. **Библ.:** 17.

Бабина Елена Евгеньевна – кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики и менеджмента, Киевская государственная академия водного транспорта им. Гетмана Петра Конашевича–Сагайдачного (ул. Фрунзе, 9, Киев, 04071, Украина)

E-mail: ek_m_2013@ukr.net

Комарова Анастасия Артуровна – магистрант, факультет экономики транспорта, Киевская государственная академия водного транспорта им. Шетмана Петра Конашевича–Сагайдачного (ул. Фрунзе, 9, Киев, 04071, Украина)

E-mail: anastasia.komarova.2011@gmail.com

UDC 330.342

Babyna O. Ye., Komarova A. A. Mechanism for Increase of Level of the Socially Responsible Activity of Enterprises of Ukraine

In the article provisions of the concept of social responsibility of the Ukrainian enterprises are summarized. As result of a study, mechanism for increase of level of the corporate social responsibility was formed, which includes both principles and factors – incentives of influence on the level of social responsibility, tools for raising the level of social responsibility depending on subjects of social oriented activities, and results of implementation of the conception of social responsibility. This mechanism can be used by enterprises and other actors of social oriented activities for better understanding of the conception of social responsibility of the business (CSB), as well as tools for implementation of the conception. For the development of social responsibility of the business in Ukraine necessary is, first of all, that substance of this notion is explained to the society, efforts of the business and the State are joined by establishing of common social programs to address the urgent needs of the society and to prevent emergence of new crises. On part of the State this means creation of a favorable investment climate, predictability and stability of the «rules of game», transparency of information, establishing of a mechanism for civilized lobbying of the business interests and an open dialog with the business about the development of the country.

Key words: social responsibility of the business, sustainable development, mechanism, economic responsibility, ecological responsibility, social responsibility, tools.

Pic.: 1. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 17.

Babyna Olena Ye. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Professor of the Department of Economics and Management, Kyiv State Maritime Academy named after Hetman Petro Konashevich-Sahaydachnyi (vul. Frunze, 9, Kyiv, 04071, Ukraine)

E-mail: ek_m_2013@ukr.net

Komarova Anastasiia A. – Graduate Student, Faculty of Transport Economics, Kyiv State Maritime Academy named after Hetman Petro Konashevich-Sahaydachnyi (vul. Frunze, 9, Kyiv, 04071, Ukraine)

E-mail: anastasia.komarova.2011@gmail.com

Сучасні вимоги до бізнесу зазнають серйозних змін у зв'язку зі зростаючою зацікавленістю суспільства у вирішенні глобальних екологічних і соціальних проблем. За часів становлення постіндустріального суспільства економічні цілі, зокрема економічна ефективність, були ключовими, але в даний час від бізнесу чекають дієвої участі в соціальному розвитку не тільки власного колективу, але й навколишньої спільноти.

Таким чином, в умовах глобалізації та постійної конкурентної боротьби все більша кількість підприємств розвинених країн світу приділяє особливу увагу питанням соціально орієнтованого бізнесу та концепції сталого розвитку. Однак українські підприємства поки не мають чіткого розуміння важливості впровадження такої діяльності та недостатньо проінформовані про переваги, які можна отримати від її використання [1].

Дослідженню проблем корпоративної соціальної відповідальності та її інструментів присвячені роботи багатьох зарубіжних і вітчизняних учених, серед яких: Ф. Котлер [2], С. Амосов [3], О. Полякова [4], І. Ворончак [5], О. Зінченко [6], О. Плахотний [7], О. Степанова [8] та інші.

Проте, незважаючи на значні наукові напрацювання в цій області, питання формування дієвого інструментарію підвищення рівня корпоративної соціальної відповідальності на вітчизняних підприємствах залишається не до кінця визначеним і потребує подальшого дослідження.

Метою статті є розробка механізму підвищення рівня корпоративної соціальної відповідальності, який може бути використаний підприємствами України для кращого розуміння концепції корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ), інструментів для її імплементації та суб'єктів соціально орієнтованої діяльності.

У наукових дослідженнях, присвячених визначенню сутності соціальної відповідальності, можна зустріти різні терміни, які характеризують її так: «соціальна відповідальність бізнесу», «корпоративна соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна сприйнятливність», «корпоративна соціальна діяльність», «корпоративна соціальна добросовісність», «етика бізнесу», «корпоративне громадянство» та ін. Наведені визначення стосуються різних рівнів і видів соціальної відповідальності, але в основному вони пов'язані із тлумаченням соціальної відповідальності на рівні окремого суб'єкта господарювання [9].

Різні визначення можуть більше стосуватись етичної поведінки, сталого розвитку, довкілля чи філантропічної ідеї, але всі вони підкреслюють взаємозв'язок між економічними, екологічними й соціальними аспектами, а також впливом діяльності організації [10, с. 5]. Відповідно до трьохсферної моделі Шварца та Керролла [11] соціальна відповідальність компанії є дискреційною, тобто має декілька складових, а саме: економічну, правову та етичну (соціальну). Різноманітні визначення соціальної відповідальності бізнесу (далі – СВБ) представляють масу поглядів на це явище та відрізняються один від одного ступенем, у якому компанії інтегрують СВБ у свою практику – від дотримання й поважання до

сприяння й відданості та, нарешті, до інтеграції СВБ у щоденну роботу [10, с. 5].

Українські підприємці сприймають свою роль більш вузько: це сплата податків, виконання встановлених законами зобов'язань перед державою та добродійність. Через відсутність системності в розумінні самого поняття соціальної відповідальності не відбувається інтеграція засад і принципів концепції з основною діяльністю підприємств. Діяльність більшості з вітчизняних підприємств націлена на максимізацію прибутку в короткостроковому періоді, чіткі цілі на довгостроковий період відсутні, що підриває ринкову конкурентоспроможність суб'єкта господарювання.

Як пострадянська держава Україна знаходиться в стані розбудови та постійних перетворень, що має негативний вплив на життя населення. Так, наприклад, багато мономіст, що існували за часів СРСР, вмирають внаслідок процесів приватизації. Це означає втрату робочих місць для робітників фабрик і заводів, які було закрито, так само, як і для їх сімей.

Сьогодні в Україні як ніколи гостро стоїть питання екологічної забрудненості, безробіття, корупції та порушення законодавчих норм. Вітчизняні підприємці намагаються приховати свої прибутки – процвітає тіньова економіка та корупція. Нормою є затримка або невилплата заробітних плат, нерозвиненою є система добровільного страхування. Це, відповідно, викликає негативну зворотну реакцію населення. Соціально незахищені верстви населення страждають найбільше, оскільки місцеві бюджети не вистачає на повноцінні соціальні виплати, а одноразова благодійна допомога підприємств (фінансова або за допомогою продукції, що виготовляє компанія) не має вагомого впливу.

На нашу думку, соціальне партнерство в екологічній сфері набуває особливого значення. Адже проблема високого рівня забруднення навколишнього середовища в Україні накладається на проблему енергетичної залежності й енергетичної неефективності, що підвищує ризики техногенних катастроф [12, с. 49]. Питаннями екологічної безпеки виробництва та кінцевого продукту переймаються зазвичай тільки великі вітчизняні підприємства, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю, і представництва іноземних компаній, які наразі є лідерами щодо впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності в Україні. У сучасній ситуації як ніколи важлива участь бізнесу в розробці й застосуванні технологій енерго- та ресурсозбереження.

На думку авторів, органи державного управління не приділяють достатньо уваги впровадженню концепції соціально відповідального ведення бізнесу серед вітчизняних підприємств, адже в Україні не існує відкритого діалогу між підприємцями та державою, дотримання норм соціальної відповідальності не контролюється жодним із існуючих законів, відсутня організаційна структура в апараті управління, яка б займалася розробкою відповідних положень та контролем їх дотримання.

Для ефективного партнерства бізнесу з державою у вирішенні соціальних проблем необхідно створити

культуру такої взаємодії та механізм його реалізації. Соціальне партнерство повинне бути засноване на принципах добровільних зобов'язань, взаємовигідності, взаємної довіри.

Принцип добровільності має особливе значення. Партнерські відносини не можуть будуватися на основі примушення бізнесу з боку держави (наприклад, добровільно-примусова благодійність) [12, с. 48].

Таким чином, очевидним є той факт, що забезпечення сталого розвитку лише силами держави або окремих бізнес структур є неможливим. Це системний процес, досягнення якого стає реальним лише за умови об'єднання зусиль та постійної співпраці між усіма зацікавленими сторонами. Зокрема, вплив бізнесу на сталий розвиток проявляється в імплементації стратегії корпоративної соціальної відповідальності.

За результатами досліджень авторами було сформувано механізм підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу (рис. 1), який включає відповідні принципи, фактори – стимули сталого розвитку, інструментарій залежно від суб'єктів соціально орієнтованої діяльності, а також результати провадження концепції соціальної відповідальності.

Концепція сталого розвитку об'єднує три головні компоненти: економічну, природоохоронну і соціальну (табл. 1). Економічний підхід полягає в оптимальному використанні обмежених ресурсів і вживанні природо-, енерго- і матеріалозберігаючих технологій для створення сукупного доходу, який забезпечував би збереження сукупного капіталу, за допомогою якого він утворюється. З точки зору екології, сталий розвиток повинен забезпечити цілісність біологічних і фізичних природних систем [13, с. 175 – 176].

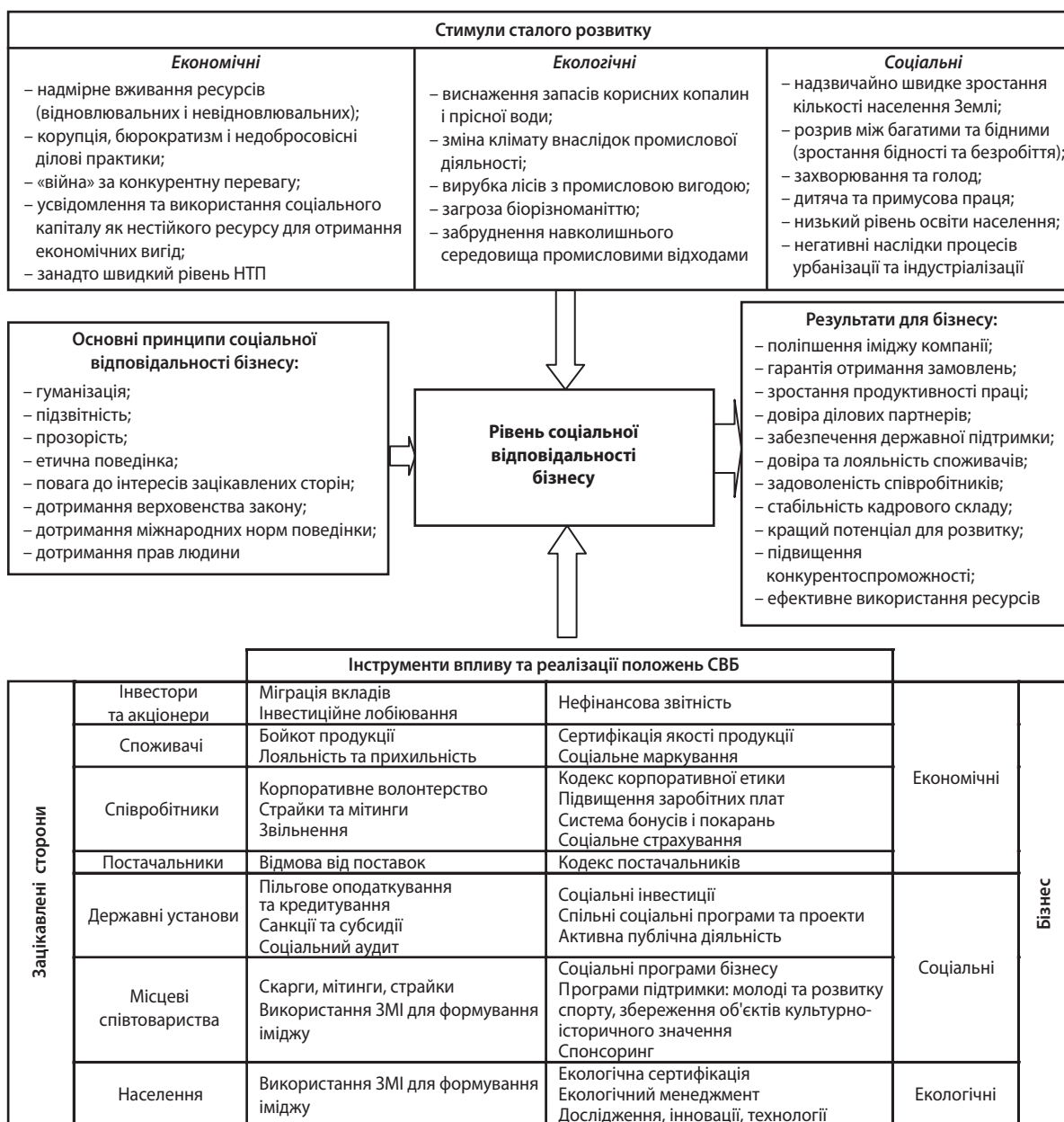


Рис. 1. Механізм підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу українських підприємств

Напрями реалізації соціальної відповідальності підприємства [15]

Назва	Загальна характеристика напрямів
Екологічна відповідальність	<p>– Запровадження системи екологічного менеджменту, інтегрованої в усі етапи діяльності підприємства, яка дозволить ідентифікувати екологічні загрози, визначити екологічні вимоги, закріплені діючими нормативно-правовими актами, розробити власну екологічну політику та програму її впровадження;</p> <p>– система екологічного менеджменту має охоплювати два етапи – стабілізацію екологічної ситуації та її покращення. Стабілізація має виступати початковим етапом екологічної відповідальності підприємства, складовими якого можуть бути: а) запровадження ціни екологоємності продукції з метою відрахування певного відсотку в галузеві фонди екологоємності для відшкодування збитків, заподіяних природі; б) контроль за дотриманням гранично допустимих концентрацій забруднених речовин; в) ведення моніторингу ефективності витрат на природоохоронні заходи</p>
Соціальна відповідальність	<p>– Співпраця з місцевою громадою та місцевою владою щодо створення нових робочих місць, підтримки освітніх ініціатив, розвитку наукової діяльності, утримання соціальної інфраструктури, підтримки соціально незахищених верств населення;</p> <p>– забезпечення випуску якісної продукції та запровадження системи оцінки якості. Контроль якості продукції має здійснюватися на всіх стадіях виробництва;</p> <p>– дотримання принципів добросовісності та повноти при сплаті податків та інших обов'язкових платежів;</p> <p>– формування позитивного іміджу серед інвесторів і кредиторів</p>
Трудова відповідальність	<p>– Система оплати праці та мотивації працівників, що може включати створення власних пенсійних фондів, виплату компенсацій, заохочувальні та інші виплати соціального характеру, запровадження матеріальної підтримки працівників та їх сімей, додаткове соціальне страхування;</p> <p>– підвищення професійного рівня та кваліфікації працівників шляхом налагодження співпраці з навчальними закладами чи розробки власних програм;</p> <p>– охорона здоров'я працівників, яка передбачає проведення заходів, спрямованих на попередження професійних захворювань та травматизму шляхом здійснення періодичного медичного огляду, оздоровчих заходів, надання можливості для санаторно-курортного лікування;</p> <p>– забезпечення безпеки праці шляхом постійного моніторингу роботи потенційно небезпечно обладнання та навчання працівників безпечному поводженню на виробництві</p>
Економічна відповідальність	<p>– Створення умов для забезпечення фінансової стабільності та економічного розвитку підприємства, забезпечення його прибутковості та високого рівня рентабельності</p>

Соціальний підхід акцентує увагу на необхідності підтримання якості життя та цінностях, створених людиною, окреслюючи необхідність вирішення таких питань, як міжрегіональна справедливість, зниження рівня бідності та ін. [14, с. 130].

Реалізація стратегії корпоративної соціальної відповідальності відбувається за допомогою інструментів, які пропонуємо поділити за суб'єктами впливу: бізнес і зацікавлені сторони, а також за напрямками впливу.

Дослідивши сучасні наукові погляди, до основних напрямків впливу пропонуємо віднести екологічну, соціальну та економічну відповідальність, виокремивши трудову відповідальність як самостійний напрямок впливу.

Бачимо, що, дотримуючись принципів СВБ і використовуючи певні інструменти, підприємство самостійно впливає на рівень соціального розвитку та свідомості своєї структури. Це твердження є вірним та основоположним, адже концепція корпоративної відповідальності, перш за все, відрізняється добровільністю, тобто вимагає від організації самостійно усвідомити необхідність дотримання відповідних засад ведення бізнесу. З іншого боку, існують стимули сталого розвитку та інструменти впливу інших зацікавлених сторін, які формують рівень СВБ підприємства ззовні, здійснюючи вплив на діяльність підприємства за допомогою своєї лояльності до нього або продукції/послуг, які воно надає.

Пропонуємо звернути увагу на те, що компанія, здійснюючи соціальну діяльність, не тільки сприяє вирішенню деяких соціальних проблем, а й підвищує власний імідж та конкурентоспроможність.

Згідно зі Міжнародним стандартом ISO 26000 [16] соціальна відповідальність може дати організації такі переваги:

- ✦ забезпечення більш інформованого прийняття рішень на основі кращого розуміння очікувань суспільства, можливостей, пов'язаних із соціальною відповідальністю (включаючи краще управління юридичними ризиками);
- ✦ поліпшення практики організації з управління ризиками;
- ✦ поліпшення репутації організації та забезпечення більшої довіри суспільства;
- ✦ підтримка отриманого організацією громадського дозволу на здійснення діяльності;
- ✦ генерування інновацій;
- ✦ поліпшення конкурентоспроможності організації, включаючи доступ до фінансів і статус привілейованого партнера;
- ✦ поліпшення відносин організації із зацікавленими сторонами, що відкриває організації доступ до нових перспектив і контакту з широким спектром різноманітних зацікавлених сторін;

- ✦ підвищення лояльності, прихильності й участі працівників та підняття їх духу;
- ✦ підвищення безпеки та здоров'я трудящих – і жінок, і чоловіків;
- ✦ позитивний вплив на можливість організації залучати, мотивувати і утримувати працівників;
- ✦ забезпечення економії, пов'язаної з більш високою продуктивністю та ресурсоефективністю, більш низьким споживанням енергії та води, зменшенням утворення відходів і використанням цінних побічних продуктів;
- ✦ підвищення надійності та справедливості транзакцій шляхом відповідального залучення до політики, добросовісної конкуренції та відсутності корупції;
- ✦ запобігання або ослаблення потенційних конфліктів зі споживачами щодо продуктів або послуг.

Беззаперечним є той факт, що суспільство також отримує переваги від дотримання бізнесом принципів соціальної відповідальності [1]. До переваг, які отримує суспільство, відносимо такі:

- ✦ можливість встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою і громадськістю;
- ✦ можливість надання адресної екстреної допомоги громадянам, які її потребують;
- ✦ удосконалення та розвиток соціальної захищеності населення;
- ✦ можливість залучення інвестицій у певні суспільні сфери;
- ✦ можливість підтримки громадських ініціатив, інноваційних проектів, розвиток соціальної та творчої активності населення, збереження та використання «інтелектуального ресурсу» на потреби країни та регіону.

Формування соціально відповідального бізнесу відбувається під впливом різноманітних факторів, які стосуються різних суб'єктів, об'єктів і сфер. Розширюючи сферу застосування соціальної відповідальності, компанії перетворюють корпоративну соціальну відповідальність на корпоративну соціальну вигоду. У своїй публікації Д. Грейсон визначив сім кроків для такого перетворення [17]:

- 1) *визначення факторів, що можуть привести до змін*: як поєднання підвищеного тиску з боку груп впливу та зміни у зовнішньому середовищі можуть вплинути на компанію/бізнес;
- 2) *наповнення змістом*: як провести оцінку впливу вищезгаданих факторів на стратегії ведення бізнесу та покращити ці стратегії;
- 3) *визначення умов доцільності*: як побудувати умови доцільності для покращених стратегій, зважаючи на організаційну структуру, мету ведення бізнесу та інші організаційні питання;
- 4) *зобов'язання до дії*: визначити, як покращені стратегії співвідносяться зі структурою управління, стилем лідерства та цінностями організації;
- 5) *інтеграція та пошук ресурсів*: як інтегрувати різні аспекти соціальної відповідальності та операційні вигоди із попередніх кроків, визначити необхідні ресурси;

б) *залучення груп впливу*: яким чином залучити групи впливу до визначення та впровадження покращених стратегій ведення справ;

7) *вимірювання та звітування*: як оцінювати та звітувати про питання, визначені у попередніх етапах/кроках, як вимірювати прогрес, досягнутий у процесі впровадження визначених стратегій.

ВИСНОВКИ

У цілому, для розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні необхідне, перш за все, роз'яснення суті даного поняття суспільству, зокрема представникам державної влади, бізнесу та населенню країни. Наступним кроком має стати об'єднання зусиль бізнесу та держави шляхом створення спільних соціальних програм задля вирішення негайних потреб суспільства та попередження виникнення нових кризових ситуацій.

З боку держави це означає створення сприятливого інвестиційного клімату, передбачуваність і стабільність «правил гри», відкритість інформації, створення механізму цивілізованого лобювання інтересів бізнесу і відкритого діалогу з ним з питань розвитку країни. Важливе значення має рівне відношення до бізнесу різного розміру і різної секторної приналежності. Спроби створення необґрунтованих пільг для окремих галузей не можуть бути ефективним інструментом державної політики. Іншою важливою проблемою є попередження можливості конфлікту інтересів у сфері державного управління шляхом розділення політичних і господарських функцій. Основою соціального партнерства держави й бізнесу має стати прозорість взаємин, що дозволить укріпити інститути державності та приватної власності, підвищити ступінь довіри до держави, змінити імідж бізнесу в очах населення.

Соціально відповідальна компанія повинна відповідати таким критеріям: як цивільна особа вона повинна дотримуватися законів, норм громадянського життя; як виробник – виробляти безпечні, надійні товари, встановлювати справедливі ціни; як роботодавець – піклуватися про матеріальне становище працівників, недопущення їх дискримінації; як суб'єкт управління ресурсами – ефективно використовувати ресурси та опікуватися тими земельними ділянками, на яких розташовано підприємство; як об'єкт інвестування – захищати інтереси інвесторів і надавати правдиву інформацію про своє положення; як учасник соціального розвитку – стимулювати і підтримувати інновації та визнавати відповідальність за вплив на якість життя оточуючих; як конкурент – не повинна брати участь у нечесній конкуренції та необґрунтованому обмеженні конкуренції [12, с. 49]. Бачимо, що соціальна ведення бізнесу виходить далеко за рамки законодавчих норм, а отже, може бути здійсненим підприємствами тільки на добровільних засадах.

Нарешті, для успішної інтеграції до світового співтовариства кожен мешканець України має дотримуватися принципів сталого розвитку. Невід'ємною частиною стратегії суб'єктів господарювання будь-якого розміру та форми власності в Україні має стати впровадження та дотримання засад стратегії корпоративної соціальної відповідальності. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Божкова В. В.** Соціально відповідальний бізнес як один із напрямків поліпшення іміджу вітчизняних суб'єктів господарювання / В. В. Божкова, Л. Ю. Сагер [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vuzlib.com.ua/articles/book/13884-Socialno_Vidpovidalnijj_b/1.html
2. **Котлер Ф.** Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі. / Пер. з англ. С. Яринич. – К. : Стандард, 2005. – 302 с.
3. **Амосов С. О.** Проблеми розвитку соціально-відповідального бізнесу / С. О. Амосов // Державне регулювання соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу : матеріали II-ї Міжнародної науково-практичної конференції, 25 листопада 2010 р. / За заг. ред. проф. О. Ю. Амосова. – Х. : Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2010. – С. 120 – 122.
4. **Полякова О. М.** Корпоративна соціальна відповідальність в Україні / О. М. Полякова // Соціально-економічні питання Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 44. – С. 279 – 283.
5. **Ворончак І. О.** Ієрархічні рівні соціальної відповідальності бізнесу: сутність та особливості управління / І. О. Ворончак // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. – 2012. – № 2 (12). – С. 190 – 202.
6. **Зінченко О. І.** Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку / О. І. Зінченко, А. М. Хімченко // Бізнес Інформ. – 2013. – № 4. – С. 281 – 286.
7. **Плахотный А. Ф.** Проблемы социальной ответственности / А. Ф. Плахотный. – Киев : Вища шк., 1981. – 191 с.
8. **Степанова О. В.** Економічні принципи соціальної відповідальності підприємств // Продовольчий комплекс України: проблеми теорії та практики : матеріали наукових читань (12 травня 2006 р.) / Рада по вивченню продуктивних сил України НАНУ, 2006. – С. 174 – 179.
9. **Байдала В. В.** Наукові засади соціальної відповідальності біоєкономіки / В. В. Байдала, В. М. Бутенко // Бізнес Інформ. – 2014. – № 10. – С. 18 – 22.
10. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження : Доповідь ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf
11. **Schwartz M.** (2003). Corporate social responsibility: a three-domain approach / M. Schwartz, A. Carroll // *Business Ethics Quarterly*. – Vol. 13(4). – P. 509.
12. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні : Національна доповідь / К. О. Ващенко, З. С. Варналій, В. Є. Воротін, В. М. Геєць, О. В. Кужель, Е. М. Лібанова та ін. – К. : Держкомпідприємство, 2008. – 226 с.
13. **Сапа Н. В.** Інноваційний механізм як фактор досягнення сталого розвитку сучасного українського суспільства / Н. В. Сапа // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2009. – Вип. 39 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_39_15.pdf
14. **Брижань І. А.** Умови та чинники переходу України до моделі сталого розвитку / І. А. Брижань // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2013. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/visnyk/2013/01/128.pdf>
15. **Грицина Л. А.** Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством : дис. ... канд. екон. наук / Л. А. Грицина. – Хмельницький, 2009.
16. Стандарт ISO 26000:2010 «Керівництво із соціальної відповідальності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ksovok.com/doc/iso_fdis_26000_rus.pdf
17. **Воробей В.** Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В. Воробей // Журнал «Києво-Могилянська Бізнес Студія». – 2005. – № 10 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/cm/cm037.html>

REFERENCES

- Amosov, S. O. "Problemy rozvytku sotsialno vidpovidalnoho biznesu" [Problems of socially responsible business]. *Derzhavne rehulivannia sotsialnoho pidpriemnytstva ta sotsialno vidpovidalnoho biznesu*. Kharkiv: Mahistr, 2010.120-122.
- Bozhkova, V. V., and Saher, L. Yu. "Sotsialno vidpovidalni biznes iak odyin iz napriamkiv polipshennia imidzhu vitchyznianskykh sub'ektiv hospodariuvannia" [Socially responsible business as one of the areas of improving the image of local entities]. http://vuzlib.com.ua/articles/book/13884-Socialno_Vidpovidalnijj_b/1.html
- Baidala, V. V., and Butenko, V. M. "Naukovi zasady sotsialnoi vidpovidalnosti bioekonomiky" [Scientific principles of social responsibility bio-economy]. *Biznes Inform*, no. 10 (2014): 18-22.
- Bryzhan, I. A. "Umovy ta chynnyky perekhodu Ukrainy do modeli staloho rozvytku" [Conditions and factors of Ukraine's transition to sustainable development model]. <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/visnyk/2013/01/128.pdf>
- Hrytsyna, L. A. "Mekhanizm formuvannia korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti v upravlinnia pidpriemstvom" [The mechanism of corporate social responsibility in business management]. *Dys. ... kand. ekon. nauk*, 2009.
- Kotler, F., and Li, N. *Korporativna sotsialna vidpovidalnist. Yak zrobyty iakomoha bilshе dobra dlia vashoi kompanii ta suspilstva* [Corporate Social Responsibility. How do as much good for your company and society]. Kyiv: Standart, 2005.
- Plakhotnyy, A. F. *Problemy sotsialnoy otvetstvennosti* [Issues of social responsibility]. Kyiv: Vyshcha shkola, 1981.
- Poliakova, O. M. "Korporativna sotsialna vidpovidalnist v Ukraini" [Corporate social responsibility in Ukraine]. *Sotsialno-ekonomichni pytannia. Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, no. 44 (2013): 279-283.
- "Sotsialna vidpovidalnist biznesu: rozuminnia ta vprovadzhennia: Dopovid OON" [Corporate Social Responsibility: Understanding and Implementation: UN report]. http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf
- Schwartz, M., and Carroll, A. "Corporate social responsibility: a three-domain approach". *Business Ethics Quarterly*, vol. 13 (4) (2003): 509.
- Sapa, N. V. "Innovatsiyni mekhanizm iak faktor dosiahnennia staloho rozvytku suchasnoho ukrainskoho suspilstva" [An innovative mechanism as a factor in sustainable development of modern Ukrainian society]. http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_39_15.pdf
- Stepanova, O. V. "Ekonomichni pryntsyipy sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstv" [The economic principles of social responsibility of enterprises]. *Prodovolchyi kompleks Ukrainy: problemy teorii ta praktyky*, 2006. 174-179.
- "Standart ISO 26000:2010 «Kerivnytstvo z sotsialnoi vidpovidalnosti»" [Standart ISO 26000: 2010 "Guidance on Social Responsibility"]. http://www.ksovok.com/doc/iso_fdis_26000_rus.pdf
- Vashchenko, K. O. et al. *Pro stan ta perspektyvy rozvytku pidpriemnytstva v Ukraini: Natsionalna dopovid* [On the state and prospects of development of business in Ukraine: National Report]. Kyiv: Derzhkompriemnytstvo, 2008.
- Voronchak, I. O. "Iierarkhichni rivni sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu: sutnist ta osoblyvosti upravlinnia" [Hierarchical levels of social responsibility: the nature and characteristics of management]. *Visnyk Skhidnoievropeiskoho universytetu ekonomiky i menedzhmentu*, no. 2 (12) (2012): 190-202.
- Vorobei, V. "Korporativna sotsialna vidpovidalnist chy vyhoda?" [Corporate Social Responsibility or benefit?]. <http://www.management.com.ua/cm/cm037.html>
- Zinchenko, O. I., and Khimchenko, A. M. "Korporativna sotsialna vidpovidalnist v Ukraini: suchasni realii ta perspektyvy rozvytku" [Corporate social responsibility in Ukraine: realities and prospects]. *Biznes Inform*, no. 4 (2013): 281-286.