

УДК 338.45:005.35

Вахович І.М., д.е.н., професор

Пушкарчук І.М., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

Товстенюк О.В., к.е.н., доцент

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

ДО ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

У статті зосереджено увагу на суті, принципах та критеріях соціальної відповідальності бізнесу. Доведено, що для українських реалій важливим є розуміння потреби запровадження соціально орієнтованого бізнесу як необхідної умови збереження української нації та забезпечення конкурентоспроможності країни на основі підтримки загальносвітових тенденцій.

Ключові слова: бізнес, суспільство, соціальна відповідальність бізнесу, критерії, принципи.

Вахович И.М., Пушкарчук И.М., Товстенюк А.В.

К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В УКРАИНЕ

В статье сосредоточено внимание на сути, принципах и условиях социальной ответственности бизнеса. Доказано, что для украинских реалий важно понимание необходимости введения социально ориентированного бизнеса как необходимого условия сохранения украинской нации и обеспечение конкурентоспособности страны на основе поддержки общемировых тенденций.

Ключевые слова: бизнес, общество, социальная ответственность бизнеса, критерии, принципы.

Vahovych I., Pushkarchuk I., Tovstenyuk O.

THE ISSUE OF FORMATION OF CSR IN UKRAINE

The article focuses on the essence, principles and criteria of social responsibility. It is proved that the Ukrainian context it is important to understanding the needs of implementation of socially oriented businesses as a prerequisite for the preservation of the Ukrainian nation and ensure the country's competitiveness by supporting global trends.

Keywords: business, society, social responsibility, criteria and principles.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Забезпечення розвитку країни у сучасних глобалізаційних умовах залежить від безлічі зовнішніх та внутрішніх факторів. Серед них одним із визначальних є формування національної світоглядної позиції бачення розвитку країни, що не суперечить загальносвітовим тенденціям.

Кінець ХХ століття ознаменував трансформацію у баченні розвитку людства, за паритетом інтересів бізнесу, держави та суспільства. Одним із визначальних інструментів досягнення такого паритету є механізм соціальної відповідальності.

Погоджуємось з думкою Охріменко О.О., Іванової Т.В., що необхідність активізації впровадження принципів соціальної відповідальності в життя суспільства, його правових та економічних інституцій обумовлена залученням України до процесів глобалізації, економічної інтеграції, важливістю створення позитивного іміджу вітчизняних підприємств на міжнародних ринках і на цій основі отримання додаткових конкурентних переваг [1, с.5].

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Питання соціальної відповідальності бізнесу досліджувало багато вчених-економістів як вітчизняних, так і зарубіжних, зокрема Петрашко Л, Беленька О., Божкова В.В., Сагер Л.Ю., Комарницький І. Ф., Галушка З. І., Гвоздик Д.О., Антонова А.Е., Баскакова

К.Ю., Гальчак Х.Р., Гришова І. Ю., Шабатура Т. С., Колот А.М., Жук В., Carroll A. B., Davis K., Царик І.М., Колосок А.М., Акімова І., Бандирська О. В., Баюра Д. О., Парыгин Б. Д., Охріменко О.О., Іванова Т.В. та інші. Разом з тим, розмаїття підходів до вирішення зазначеної проблеми пояснюється відсутністю однозначного розуміння змісту та ролі соціальної відповідальності у діяльності підприємств.

Цілі статті. Основними аргументами, що стимулюють розвиток соціального управління підприємством, Гальчак Х.Р. виокремлено [2]:

- зростання соціальної орієнтації світових стандартів функціонування бізнесу;
- зростання потреби доповнення економічних методів управління соціальними, задля одержання очікуваного результату;
- зростання вагомості нематеріальних (інтелект, знання, адаптивність) елементів діяльності над матеріально-речовими;
- зростання вагомості людського чинника в потенціалі організації;
- інтелектуалізацію праці;
- розширення можливостей використання соціальних технологій тощо.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Погоджуючись з наведеними вище аргументами, на нашу думку, все ж основним серед них є питання людяності та толерантності, як основи ведення соціально відповідальної економічної діяльності.

За дослідженнями Колота А.М., реакцією на потребу розбудови успішних прикладних систем соціально відповідальної діяльності стала поява в цій царині цілої низки концепцій, які містять результати наукового опрацювання питань соціальної відповідальності бізнес-структур. Наукова думка з даної проблематики сконцентрована в таких концепціях [3]:

- базова концепція корпоративної соціальної відповідальності (1950—1970-ті рр.);
- концепція корпоративної соціальної сприйнятливості (1970—1990-ті рр.);
- концепція корпоративної соціальної діяльності (1980—2000-ні роки).

При цьому базова концепція соціальної відповідальності, засновником якої слід вважати Г.Боуена [4], визначає пріоритетність суспільних цілей та цінностей над індивідуальними; концепція корпоративної соціальної сприйнятливості зосереджує увагу на здатності корпорації реагувати на суспільний вплив і сприймати суспільні потреби [3], тим самим доповнюючи базову концепцію соціальної відповідальності; концепція корпоративної соціальної діяльності передбачає формування комплексної моделі соціально відповідальної поведінки бізнес-структур.

Розвиток концепцій соціальної відповідальності, пошук спільних рис, дискусії стосовно їх достовірності та пріоритетності зумовив формування численних підходів до дослідження термінологічного апарату соціальної відповідальності бізнесу.

Так, Божкова В. В., Сагер Л. Ю. соціально-орієнтований, або соціальний бізнес розглядають як принципово новий різновид підприємництва, який має на мені не виключно отримання прибутку, а на відміну від традиційного, приносить прибутки, вирішуючи соціальні проблеми і допомагаючи суспільству функціонувати більш ефективно. Він приймає виклики суспільства, комбінуючи ділові ноу-хау з прагненням підвищити якість життя, і фокусуючись не на самому собі, а на проблемах та перспективах навколишнього світу [5, с.145].

Дане визначення акцентує увагу на пріоритетності суспільних інтересів над індивідуальними для ефективності функціонування соціально-економічних систем.

Комарницький І. Ф., Галушка З. І. обґрунтовують, що під поняттям «соціальне підприємництво» криється важлива сфера життєдіяльності суспільства, адже кризи та соціальні проблеми неминуче призводять до поглиблення розшарування його членів за рівнем життя. Окрім державних установ, які за своїм призначенням повинні згладжувати такі протиріччя, є також й інші – неурядові, або приватні, що формують альтернативні шляхи зменшення соціальної напруги і вносять вагомий внесок у стабілізаційні процеси [6]. У даному визначенні акцентується увага на ролі

громадянського суспільства, громадських організацій у згладжування соціальних протиріч.

Матеріали вільної енциклопедії дозволяють розглядати соціальну відповідальність бізнесу як відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем [7].

При цьому завданнями соціальної відповідальності бізнесу є:

- сприяння сталому розвитку, у тому числі здоров'ю і добробуту суспільства;
- врахування очікувань зацікавлених сторін;
- відповідність чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки;
- інтеграція у діяльність організації.

Жук В. при дослідженні соціального підприємництва, виокремлює три основних напрями [8], що притаманні різним країнам світу. У країнах Північної та Південної Америки соціальним підприємництвом є підприємницька діяльність неприбуткових організацій, дохід від якої спрямовується на вирішення соціальних проблем, надання послуг цільовій групі, заради якої створювалась організація, та покращення якості життя. Суб'єктами соціального підприємництва, в переважній більшості, є неприбуткові організації. У Європейських країнах соціальне підприємництво визначається більше як бізнес із соціальною місією. На відміну від звичайного підприємництва, на перше місце виходить соціальний аспект, або соціальний ефект від підприємницької діяльності, а потім фінансова ефективність. Третій напрямок соціального підприємництва використовується в більшості міжнародними приватними та громадськими фондами, створеними задля розвитку і підтримки даного напрямку соціально-економічної діяльності, які визначають соціальне підприємництво радше як інноваційну підприємницьку діяльність задля соціальних перетворень в суспільстві та громадах.

Таким чином, враховуючи вище наведені підходи, соціальну відповідальність слід розглядати з позиції:

- діяльності громадських неприбуткових організацій;
- діяльності комерційних бізнес-структур з соціальною місією;
- діяльності міжнародних фондів.

На нашу думку, даний перелік слід доповнити також соціально орієнтованою діяльністю комерційних структур. На відміну від діяльності комерційних бізнес-структур з соціальною місією, місією такого виду діяльності є фінансова, яка забезпечується ефективною діяльністю мотивованого персоналу, корпоративними інтересами та авторитетом компанії.

Петрашко Л. відстоює думку, що соціальним бізнесом мають займатися духовно та соціально зрілі особистості, які прагнуть допомогти вирішити частину проблем суспільства та ладні долати труднощі непорозуміння з боку влади, інших бізнес-структур, частини населення [9].

Ми погоджуємось з таким твердженням і вважаємо, що соціальна відповідальність та соціальне підприємництво не є пріоритетом бізнесменів на початковому етапі їх економічного становлення. Принципи соціальної відповідальності усвідомлюються, як правило, після певної первинної стадії накопичення капіталу. Тому фактор накопичення капіталу, на нашу думку, поруч з певними внутрішніми, моральними переконаннями підприємця, є визначальними при формуванні соціально відповідального бізнесу. На сьогодні в Україні саме такий тип соціально орієнтованих підприємств набуває найбільшого розповсюдження поруч з громадськими організаціями та благодійними фондами.

Результати дослідження світового досвіду дозволяють сформулювати певні критерії соціально відповідальної організації, які виокремлюються за складовими (рис. 1).

Відповідні до визначених складових критерії соціальної відповідальності подано у табл.1.

Гвоздик Д.О., Антонова А.Е., Баскакова К.Ю. [10] виокремлюють принципи реалізації соціально-орієнтованого проекту, які нагадують ідеальну модель, до якої прагне соціальний підприємець, зокрема:

1) метою бізнесу не є надприбуток. Його мета полягає в тому, щоб подолати одну з гострих проблем, що загрожують суспільству. Наприклад, підвищити рівень життя, освіти, охорони здоров'я, забезпечити доступ до сучасних технологій, захистити довкілля;

2) інвестори в соціальний бізнес повертають тільки суму своїх інвестицій, без яких-небудь дивідендів. Як правило, індекс прибутковості проекту перевищує одиницю. Період окупності соціального проекту значно довший за прийнятні для бізнес-планів 3-5 років;

3) після повернення інвесторів суми інвестицій, основний прибуток компанії вкладається в її розвиток і поліпшення якості продукції;

4) проект має бути розроблено на принципах фінансової та економічної стійкості;

5) екологічна відповідальність соціально-орієнтованого бізнесу обов'язкова;

6) соціальний проект має забезпечувати працівників гідною заробітною платою й оптимальними умовами праці



Рис. 1. Складові соціальної відповідальності бізнесу*

*власна розробка

Загалом погоджуючись з визначеними авторами принципами соціальної відповідальності бізнесу, все ж на нашу думку, варто уточнити такий аспект, що первинним у даному терміні, на нашу думку, є слово «бізнес» і розглядати його як неприбутковий, або суто благодійний вид не доцільно і досить суперечливо. Крім того, пункти 2 та 3 суперечать між собою, адже за умови виконання п.2, за якого індекс прибутковості не перевищує одиниці, прибутку компанія не матиме.

Тому ми погоджуємось з Гальчак Х.Р., що основними принципами соціально-орієнтованого менеджменту загалом є: партнерство, свобода, динамізм, толерантність, співробітництво, відповідальність [2]. Такий підхід не применшує економічної сторони соціально відповідального бізнесу, а дозволяє поєднати усі його аспекти.

Разом з тим, такі дослідження наштовхують на дослідження такої категорії як соціальні інвестиції.

За дослідженнями І. Ю. Гришової, Т. С. Шабатури [11, с.184], соціальні інвестиції - це принципово новий рівень відносин між владою, бізнесом і суспільством, актуальність яких має відбивати очікування всіх учасників, враховувати їх пріоритети та покращувати рівень і якість життя людей. Разом з цим, обсяг потоків соціальних інвестицій залежить від:

- інвестиційного клімату держави, що визначається наявністю інвестиційного потенціалу, інвестиційним законодавством та рівнем інвестиційного ризику;
- критеріями здійснюваної та запланованої економічної політики країни, в основі якої лежить патентна політика, державні програми з удосконалення економіки на довгострокову перспективу, державні програми з надання субсидій і податкових пільг, система сертифікації виробів, система держзамовлень тощо;
- бюджетних обмежень, а саме діючого механізму бюджетних пріоритетів;
- станом соціального розвитку населення, що характеризує спосіб та рівень життя людей, стан здоров'я та тривалість життя.

Таблиця 1

Критерії соціальної відповідальності бізнесу*

Складові соціальної відповідальності	Критерії
Відповідальність перед працівниками	Належний рівень оплати та умов праці Сприятливий моральний та соціально-психологічний клімат у колективі Забезпечення фахового зростання персоналу Підвищення змістовності праці Запровадження програм соціального захисту працівників Моральне та матеріальне заохочення ефективної роботи Висока корпоративна культура, наявність кодексу ділової етики Забезпечення участі працівників у прийнятті рішень Розвинена соціальна інфраструктура
Відповідальність перед наступними поколіннями	Дбайливе ставлення до навколишнього середовища Використання енергозберігаючих та ресурсозберігаючих технологій Дотримання екологічних стандартів якості продукції Постійний екологічний моніторинг операційної діяльності
Відповідальність перед громадою	Добросовісна сплата податків і зборів Дотримання вимог чинного законодавства Реалізація благодійних проектів Участь у партнерських проектах з органами влади різних рівнів, громадськими організаціями, благодійними фондами, комерційними підприємствами
Відповідальність перед споживачами продукції	Виробництво та реалізація якісної продукції Встановлення помірному рівня рентабельності Помірна цінова політика Дотримання екологічних стандартів якості продукції
Відповідальність перед бізнес-партнерами	Дотримання договірних умов постачання та збуту Вчасна оплата товарів, робіт, послуг Участь у партнерських проектах благодійного та іншого характеру

*власна розробка на основі [1-6]

Таким чином, з врахуванням наведених вище тверджень, слід розрізняти соціальні інвестиції як певний різновид інвестицій, метою яких є не лише нарощення капіталу, а й обов'язково присутній соціальний ефект.

У фундаментальній статті «Аргументи за і проти взяття бізнесом соціальної відповідальності» К. Девіс підсумував основні аргументи за і проти корпоративної соціальної відповідальності, які були нагромаджені на той час в науковій літературі (табл. 2).

При дослідження таких аспектів, автором певним чином протистояли поняття «соціальна відповідальність» і «економічна ефективність», однак таке протистояння не було абсолютним.

Важливим аспектом з позиції вітчизняних реалій є такий аргумент проти запровадження соціальної орієнтованості бізнесу як ризик надмірної концентрації влади в руках бізнесу. Для України це є великою небезпекою, адже реалізація соціальних проектів, допомога бізнесменів у вирішенні нагальних питань громади, створює громадську прихильність до соціального бізнесмена. Небезпеки у такому випадку немає, якщо бізнесмен реалізує соціальний бізнес постійно та системно, без прихованих цілей. Разом з тим, ризик виникає тоді, коли соціальне підприємництво носить хаотичний, несистемний характер, лише у передвиборчий період. Тому слід розрізняти соціально відповідальний бізнес і прихований соціальними ідеями бізнес.

Таблиця 2

Аргументи за і проти проведення компанією політики соціальної відповідальності [3; 12, с.313]

Аргументи за	Аргументи проти
Довгострокова заінтересованість бізнесу в суспільному процвітанні	Відмова від всемірної максимізації прибутку
Підвищення суспільного іміджу конкретних компаній	Втрати від соціальної активності
Підтримка життєздатності бізнесу як системи	Брак навичок вирішення соціальних завдань
Послаблення державного регулювання бізнесу	Розмивання основних цілей бізнесу
Відповідність бізнесу соціокультурним нормам	Послаблення міжнародного платіжного балансу
Зниження ризиків акціонерів щодо диверсифікації інвестиційного портфеля	Надмірна концентрація влади в руках бізнесу
Нові шляхи вирішення соціальних проблем (дайте бізнесу шанс!)	Слабкість суспільного контролю
Наявність у бізнесу необхідних ресурсів	Брак широкої суспільної підтримки
Можливість «конвертації» соціальних проблем у прибутковий бізнес	
Профілактика соціальних проблем ліпша за лікування	

Праці К.Девіса наштовхнули науковців на подальші дослідження у цій площині. Зокрема, у наступні періоди з'являється модель А. Керролла, що охоплює чотири типи соціальної відповідальності організації: економічну, правову, етичну і так звану дискреційну. Згодом вона трансформується у підамідальну методологічну модель, що передбачає застосування управлінської термінології визначає, що компанія, яка сповідує корпоративну соціальну відповідальність, має прагнути одержувати прибуток, поважати закони, бути етичною, а також хорошим корпоративним громадянином [13].

Певним доповненням праці К.Девіса, А.Керролла є дослідження В.В. Божкової та Л.Ю. Сагер, які у праці «Соціально-відповідальний бізнес як один із напрямків поліпшення іміджу вітчизняних суб'єктів господарювання» дослідили позитивні та негативні аспекти соціальної відповідальності бізнесу (табл. 3). З врахуванням вищенаведеного, соціально відповідальний бізнес слід розглядати як необхідну умову економічного розвитку суспільства, де пріоритетами є не лише нарощення капіталу будь-якою ціною, а нарощення капіталу з врахуванням принципів соціальної вимогливості.

В.Жук у праці «Напрями підвищення соціальної відповідальності бізнесу на місцевому рівні» визначив обмежувальні фактори розвитку соціальної відповідальності бізнесу, якими є [8]:

- відсутність сформованого та впливового сектору громадянського суспільства, котрий би просував ідеї соціальної відповідальності і спеціалістів, які професійно б займалися даною проблемою;
- відсутність незалежної громадської експертизи соціальних і культурних проектів та програм;
- існуючі законодавчі обмеження розмірів і способів можливої допомоги нужденним;
- відсутність регіонального закону про благодійництво;

- відсутність системи інформування суспільства про соціальні та благодійні проекти, про інвесторів соціальних програм та системи оцінки суспільством результатів соціальних програм бізнесу;
- відсутність зацікавленості в даній сфері бізнес-структур, що пов'язано з роллю держави та з проблемами у законодавчій сфері;
- відсутність досвіду та успішних прикладів з соціального підприємництва;
- відсутність центру розвитку соціального підприємництва та донорських організацій, що постійно займаються даним напрямком.

Таблиця 3

Переваги та недоліки впровадження соціальної відповідальності бізнесу [14, с.150]

Для бізнесу	Для суспільства	Для держави
Переваги		
можливість встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою і громадськістю	можливість встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою і громадськістю	можливість встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою і громадськістю
забезпечення суспільної репутації організації, поліпшення іміджу	удосконалення та розвиток соціальної захищеності населення	вирішення частини ключових соціальних проблем
зростання довіри населення до діяльності компанії, її товарів та послуг	можливість залучення інвестицій у певні суспільні сфери	збереження і використання “інтелектуального ресурсу” на потреби країни і регіону
зростання професіоналізму і утримання кадрового потенціалу на підприємстві	можливість підтримки громадських ініціатив, інноваційних проектів	можливість залучення інвестицій у певні суспільні сфери
забезпечення лояльності персоналу компанії	розвиток соціальної і творчої активності населення	розвиток соціальної і творчої активності населення
можливість формування безпечного середовища діяльності та розвитку компанії завдяки власній корпоративній політиці	створення соціальних ресурсів виробничої діяльності	відповідність нормам і стандартам світової економічної спільноти як фактор посилення іміджу держави
зростання вартості нематеріальних активів	збільшення матеріальної бази, що обкладається податком, та сплата податків	збільшення матеріальної бази, що обкладається податком, та сплата податків
скорочення оперативних витрат	відповідність нормам і стандартам світової економічної спільноти	
Недоліки		
порушення принципу максимізації прибутку. (направлення частини ресурсів на соціальні потреби знижує вплив даного принципу)	недостатній рівень звітності широкій публіці	Вилучення коштів на соціальні програми за рахунок зменшення бюджетів економічних програм
витрати на соціальну залученість (засоби, що направляються на соціальні потреби, є для підприємства витратами)	перенесення витрат на заходи соціальної відповідальності на споживачів у вигляді підвищення цін	
недолік уміння вирішувати соціальні проблеми (персонал підприємств, як правило, позбавлений досвіду роботи з даними питаннями)	перенесення відповідальності за вирішення соціальних проблем на сферу бізнесу	

За дослідженнями Л.Петрашко [9], на сьогодні в Україні сформовано ряд мотивуючих чинників становлення вітчизняної моделі колективної соціальної відповідальності. Загальний перелік названих мотивів слід класифікувати в розрізі зовнішнього та внутрішнього бізнес-середовища країни. Характеристики міжнародного середовища країни, що мотивують розвиток і формування вітчизняної моделі корпоративної соціальної відповідальності - це: необхідність позиціонування України у глобальному бізнес-середовищі, географічна належність до регіону зі стійкими

традиціями у сфері колективної соціальної відповідальності – Європейського Союзу, підтримка глобальних ініціатив.

Таким чином, формування концептуальних засад дослідження соціальної відповідальності бізнесу пройшло значний шлях з виокремленням підходів до розуміння її суті, принципів та критеріїв. На сьогодні в реаліях української економіки, соціальна відповідальність бізнесу є необхідною умовою збереження нації, адже діючі механізми регулювання економіки та соціального захисту не спроможні забезпечити соціальних та економічних гарантій громадянам, стабільності і благополуччя в українському суспільстві. На сьогодні виникає парадоксальна ситуація, коли громади більшу надію покладають на благодійні фонди та організації при вирішенні соціальних, інфраструктурних проблем, ніж на органи влади різних рівнів, функціями яких безпосередньо і є така діяльність.

Тому для українських реалій важливим є розуміння потреби запровадження соціально орієнтованого бізнесу і як необхідної умови збереження української нації та забезпечення конкурентоспроможності країни на основі підтримки загальносвітових тенденцій.

Список використаних джерел:

1. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. –180 с.
2. Гальчак Х.Р. Принцип соціальної відповідальності в контексті соціально-орієнтованого менеджменту/ Х.Р. Гальчак// Електронний ресурс – Режим доступу: Lviv Polytechnic National University Institutional Repository <http://ena.lp.edu.ua>
3. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів/Електронний ресурс – Режим доступу: https://kneu.edu.ua/userfiles/Department_of.../statya.doc
4. Bowen H. 1953. Social responsibilities of the businessman / H. Bowen // Harper & Row. — N.Y.
5. Комарницький І. Ф., Галушка З. І. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасним підприємством – Електронний ресурс – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/portal/>
6. Соціальна відповідальність бізнесу/ Електронний ресурс – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%>
7. Жук В. Напрями підвищення соціальної відповідальності бізнесу на місцевому рівні/ Електронний ресурс – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/monitor/november/13.htm>
8. Петрашко Л. Корпоративна соціальна відповідальність в українській бізнес практиці/Л.Петрашко// Електронний ресурс. Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Mep/2011_14-15/6_Petrashko.pdf]
9. Гвоздик Д.О., Антонова А.Е., Баскакова К.Ю. Соціальний бізнес-проект «колесики» як крок до розвитку соціально-орієнтованого бізнесу в Україні/ Електронний ресурс – Режим доступу: <fscapital.biz/supload/files/368140403461400.doc>
10. Гришова І. Ю., Шабатура Т. С. Соціальні інвестиції як інструмент реалізації соціально-орієнтованого бізнесу/ І. Ю. Гришова, Т. С. Шабатура // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент», випуск 4 (59), 2014.
11. Davis K. 1973. The case for and against business assumption of social responsibilities. — P. 313—321.
12. Carroll A. B. 1991. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders / A. B. Carroll // Business Horizons. — Vol. 34(4). — P. 43.
13. Беленька О. Соціально-орієнтований бізнес: управлінський аспект. Електронний ресурс. Режим доступу: [https://feu.kneu.edu.ua/ua/confere_nce/conf_social_dev_ukr_12/section5/belenka]