

7. Prilypko, S.M. "To the issue of defining the functions of social security law." dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/10620/1/Prelepko.pdf Accessed 12 Feb. 2023.
8. *The system of social protection and social security in Ukraine: the real state and prospects for reform*. Kyiv, 2009. irf, www.irf.ua/files/ukr/programs_law_areas_publ_2028_ua_law.pdf Accessed 10 Feb. 2023.
9. Smirnova, I.I., Lykshosva, O.Yu., Rak, N.V., and L.A.Gorieva. "Social protection of the population at the current stage: state and problems in Ukraine." *Economic Herald of Donbass*, no. 3 (61), 2020, pp. 205-212
10. "Social and other services, assistance." drive.google.com/drive/folders/1Kgi_Psbo34kQE6yJmaq4Jdd3hM3Y9Iji Accessed 10 Feb. 2023.
11. *Strategy and means of convergence of social security systems of Ukraine and the EU in the process of European integration: monograph*, edited by T. G. Vasylytsya, R. L. Lupaka. Lviv, NNVK "ATB" Publishing House, 2018.
12. Floreskul, N. "The system of social protection of the population as a factor in the formation of the social state." *Bulletin of Kyiv National University of Trade and Economics*, no.2, 2009, pp. 34-46.
13. "Emergency non-medical aid: multidisciplinary mobile teams from UNICEF have already helped more than 80 thousand Ukrainians." *Prostir*, www.prostir.ua/ Accessed 15 Feb. 2023.

УДК 330.34;338.33;658.5

doi: 10.15330/apred.2.19.271-279

Романюк М. Д.¹, Романюк Т. М.²

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: СУСПІЛЬНІ ТА КОРПОРАТИВНІ АСПЕКТИ

¹Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, кафедра менеджменту і маркетингу, вул. Шевченка, 57, Івано-Франківськ, 76000, Україна, тел.: 050-228-39-86 e-mail: romaniuk.md@gmail.com ORCID: 0000-0002-1468-4226

²Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, кафедра теоретичної і прикладної економіки, вул. Шевченка, 57, Івано-Франківськ, 76000, Україна, тел.: 099-32-42-939 e-mail: vonromanyuk@gmail.com ORCID: 0009-0005-4928-7879

Анотація. Сучасний стан соціально-економічного розвитку в Україні характеризується необхідністю розробки та поширення практик соціальної відповідальності як на рівні компаній, так і на рівні ділового співтовариства і суспільства в цілому. Основним пріоритетом при цьому має бути забезпечення взаємовигідних інтересів бізнесу та суспільства. Головними цілями бізнесу в соціальному аспекті має бути сприяння сталому суспільному розвитку. Соціальна відповідальність бізнесу передбачає певний рівень розвитку підприємства та добровільний відгук на соціальні проблеми суспільства, такі аспекти, як дотримання етичних стандартів, збалансоване врахування інтересів стейкхолдерів, участь у розвитку спільноти та дотримання принципів сталого розвитку. У статті розглянуто сутність та особливості розвитку і впровадження соціальної відповідальності та корпоративної соціальної відповідальності, зокрема, їх рівні, види форми прояву та заходи соціальної політики України. З'ясовано, що на вітчизняних підприємствах здебільшого реалізуються такі елементи соціальної

відповідальності як трудові відносини, права людини, охорона праці, чесні операційні практики, турбота про довкілля, робота із зацікавленими сторонами (партнерами, споживачами, державними органами). Охарактеризовано сучасний стан та проблеми впровадження корпоративної соціальної відповідальності вітчизняними підприємствами. Встановлено, що корпоративна соціальна відповідальність здійснюється в таких основних формах: виробництво якісних продуктів та послуг для споживачів; створення привабливих робочих місць, виплата легальних зарплат та інвестиції в розвиток людського капіталу; беззаперечне виконання вимог законодавства; побудова добросовісних відносин з усіма зацікавленими сторонами; врахування суспільних очікувань та загальноприйнятих етичних норм практиці ведення бізнесу; внесок в формування громадянського суспільства через партнерські програми і проєкти розвитку місцевих громад. Обґрунтовано напрями розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Ключові слова: соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, соціально відповідальна економічна поведінка, сталий розвиток, соціальна політика України.

Romaniuk M.D.¹, Romaniuk T.M.²

SOCIAL RESPONSIBILITY IN UKRAINE: PUBLIC AND CORPORATE ASPECTS

¹ Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Department of management and marketing,
Shevchenko st., 57, Ivano-Frankivsk,
76000, Ukraine,
tel.: 050-228-39-86,
e-mail: romaniuk.md@gmail.com,
ORCID: 0000-0002-1468-4226

² Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Department of Theoretical and Applied Economics,
Shevchenko st., 57, Ivano-Frankivsk,
76000, Ukraine,
tel.: 099-32-42-939,
e-mail: vonromanyuk@gmail.com,
ORCID: 0009-0005-4928-7879

Abstract. The current state of social and economic development in Ukraine is characterized by the need to develop and dissemination of social responsibility practices both at the level of companies and at the level of the business community and society as a whole. The main priority at this should be ensuring mutually beneficial interests of business and society. The main goals of business in the social aspect should be promotion of sustainable social development. Social responsibility of business foresees a certain level of development of an enterprise and a voluntary response to social problems of society, such aspects as compliance with ethical standards, balanced consideration of stakeholders' interests, participation in community development and adherence to the principles of sustainable development. The article examines the essence and peculiarities of development and implementation of social responsibility and corporate social responsibility, in particular, their levels, types of manifestation and measures of social policy in Ukraine. It has been found out that domestic enterprises mostly implement such elements of social responsibility as labor relations, human rights, labor protection, fair operating practices, environmental protection, and work with stakeholders (partners, consumers, and government agencies). The current state and problems of implementation of corporate social responsibility by domestic enterprises have been characterized. It has been established that corporate social responsibility is carried out in the following main forms: production of quality products and services for consumers; creation of attractive jobs, payment of legal salaries and investment in human capital development; unconditional compliance with legal requirements; building good faith relations with all stakeholders; taking into account public expectations and generally accepted ethical norms in business practices; contribution to the formation of civil society through

partnership programs and projects of development. The directions of development of social responsibility of business in Ukraine have been substantiated.

Keywords: social responsibility, corporate social responsibility, socially responsible economic behavior, sustainable development, social policy of Ukraine.

Вступ. Соціальна відповідальність (надалі СВ) є суспільним явищем що має свою історію та особливості розвитку. Проблеми соціальної відповідальності в Україні як суспільно-економічного феномену за нинішніх умов є затребуваними і актуальними. Сучасний розвиток українського бізнесу, його спрямованість на інтеграцію до ЄС, а також економічні та соціальні виклики в умовах воєнного стану вимагають від вітчизняних підприємств здійснення соціально відповідальної діяльності.

Питання соціальної згуртованості в Україні є проблемними і в умовах сьогодення коли має місце повільне наближення до образу країни, де пріоритетом є людський розвиток, гідна якість життя громадян, примноження соціального капіталу. Стратегія реалізації СВ в Україні сьогодні є вимогою часу та орієнтується на здійснення конкретних заходів активної соціальної політики державних органів, соціально відповідальну економічну поведінку громадян і на конструктивну співпрацю соціально-економічних суб'єктів за провідної участі громадянського суспільства.

Соціальна відповідальність бізнесу та здійснення вітчизняними підприємствами соціальних програм засвідчує, що більшість із них тією чи іншою мірою запроваджують принципи соціально-відповідальної діяльності. Репутація українських підприємств та компаній все більше залежить не тільки від їхнього розміру, прибутковості, вартості активів, але й від соціально-відповідального ведення своєї діяльності, реалізацією соціальних програм, здійсненням заходів корпоративної етики щодо персоналу.

Соціальна відповідальність бізнесу передбачає відповідний рівень розвитку підприємства та добровільний відгук на соціальні проблеми суспільства. Саме такий підхід до діяльності конкретного бізнесу дозволяє суттєвим образом змінити складну соціально-економічну ситуацію. Вітчизняні компанії дедалі більше уваги приділяють питанням сталого розвитку та інтеграцію корпоративної соціальної відповідальності в загальну стратегію розвитку.

А тому здійснення заходів корпоративної соціальної відповідальності на рівні підприємства та країни набуває все більшої актуальності. Успішне просування і широке впровадження концепції соціальної відповідальності бізнесу передбачає ефективне удосконалення соціальних та економічних принципів і інструментів заохочення.

Проблемі питання розвитку соціальної відповідальності в Україні широко публікуються та обговорюються українськими вченими. Теоретичні засади розвитку корпоративної соціальної відповідальності та актуальні питання розвитку соціально-відповідального бізнесу в Україні досліджено такими ученими як, Е. Лібанова, А. Колот, О. Грішнова, О. Гладун, О. Гоголя, О. Лазаренко, О. Макарова, Л. Петрашко, М. Сапикіна, О. Цимбал та іншими. Ними вперше сформульовано економічну суть соціальної відповідальності держаних інститутів, громадянина як працівника та громади, окреслено соціальну відповідальність як соціоекономічне явище і передумову сталого людського розвитку та справедливої соціальної політики в Україні, підготовлено низку фундаментальних праць щодо балансу розподілу соціальної відповідальності в суспільстві, соціально відповідальної модернізації національної економіки, моніторингу проявів соціальної відповідальності у дослідженні якості життя. Проте, недостатньо уваги приділено питанням доцільності включення соціальної відповідальності в загальну стратегію розвитку бізнесу, не існує єдиної думки стосовно базових складових соціальної відповідальності та майбутніми

способами позиціонування соціальної відповідальності в економіці України з такими сучасними економічним явищем як соціальне підприємництво.

Постановка завдання. Мета статті полягає в теоретичному обґрунтуванні та характеристиці суспільних і корпоративних аспектів соціальної відповідальності, а також сучасного стану та проблем впровадження корпоративної соціальної відповідальності вітчизняними підприємствами.

Результати. Аналізуючи СВ в Україні з погляду її суспільних та корпоративних інтересів слід зазначити, що соціальна відповідальність трактується як свідоме відношення суб'єкта соціальної діяльності до вимог соціальної необхідності, громадянського обов'язку, а також норм і цінностей для певних соціальних груп, які базуються на усвідомленому виконанні ними взаємних зобов'язань і обов'язків які впливають із нормативних актів, що регулюють соціальні відносини та традиції. Статті 1 і 3 Конституції України визначають Україну як соціальну державу, а право громадянина на соціальний захист є конституційним правом. Соціальні стандарти встановлюються і гарантуються державою. Саме вона зобов'язана забезпечити всім громадянам достатній життєвий рівень, що передбачено статтею 48 Конституції України, а стаття 46 Конституції України передбачає право громадян на соціальний захист.

Слід зазначити, що суспільні аспекти СВ також передбаченні соціальною політикою України та її видами і здійснюються сильними діями держави і конкретні заходи уряду в політиці охорони здоров'я, освіти і навчання; програмами у сфері зайнятості і безробіття; визначення розподілу видатків держави; створення системи соціальних гарантій; забезпечення належного життєвого рівня населення.

Значна роль в оцінці заходів соціальної відповідальності належить соціальному аудиту, сутність якого розглядається як специфічна форма аналізу та ревізії умов соціального середовища, а також вироблення шляхів усунення негативних соціальних факторів. Необхідність запровадження соціального аудиту пов'язана з тим, що на багатьох підприємствах порушується трудове законодавство, приховуються нещасні випадки які мають місце в ході виробничої діяльності та зацікавленістю власників підприємств, профспілкових організацій, державних органів та органів місцевого самоврядування у досягненні домовленостей щодо соціально-трудова відносин. Соціальний аудит дає змогу на рівні компаній або підприємств виявити соціальні ризики та запровадити заходи стосовно їх усунення, встановити порушення законодавства України у соціально трудових відносинах, сприяти формуванню позитивного іміджу, діагностувати та запровадити ефективний моніторинг соціального менеджменту у системі управління. Також соціальний аудит дозволяє оцінити і показати внесок підприємства у вирішення соціальних, економічних та соціальних проблем регіону, дозволяє визначити якою мірою організація сповідує і дотримується суспільних цілей і цінностей.

Щодо корпоративної соціальної відповідальності то нами з'ясовано що бізнес не може діяти ізольовано від суспільства, оскільки він сам є його частиною. Водночас наростання соціальних, економічних та екологічних проблем глобального масштабу підвищує суспільні очікування та вимоги до соціально відповідальної діяльності компаній спонукаючи їх до вдосконалення корпоративних, соціально відповідальних практик, пошуку ефективних заходів до вирішення соціально-важливих проблем. Сучасному українському бізнесу як великих так і середніх підприємств ще часто бракує чіткого розуміння і свідомого прийняття що соціальна відповідальність бізнесу це норма яка витікає з самої суті бізнесу, ґрунтована на етиці бізнесу, забезпеченні взаємних інтересів усіх стейкхолдерів для отримання прибутку, захисту довкілля, високою рентабельністю і соціальною справедливістю.

Поняття корпоративної відповідальності запозичене з англomовної літератури де корпорація розглядається як будь-яка юридична особа основною метою якої є отримання прибутку. Сучасні варіанти тлумачення визначення корпоративної соціальної відповідальності сходяться до того, що корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальність бізнесу перед партнерами, споживачами, працівниками компанії та в цілому суспільства. За класичним визначенням Ф. Котлера зазначено, що «корпоративна соціальна відповідальність це вільний вибір компанії на користь зобов'язання підвищувати добробут суспільства реалізуючи відповідні підходи до ведення бізнесу і виділяючи корпоративні ресурси» [3]. На наш погляд чітке визначення сутності СВБ наводиться в Меморандумі про соціальну відповідальність бізнесу в Україні у якому під поняттям «соціальна відповідальність бізнесу» розглядається як відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

В Україні більшість компаній незважаючи на їх розмір, не мають визначеної стратегії соціальної відповідальності, перебувають на стадії дотримання законодавства та точкових добродійних проєктів. Лідери українського бізнесу здійснюють активну добродійну діяльність та використовують інструментарій зв'язків з громадськістю. Майже всі великі компанії проводять проєкти підвищення ефективності бізнес-процесів із певними соціальними або екологічними перевагами, але не роблять прив'язки таких бізнес-проєктів до власної соціальної відповідальності.

Соціальна відповідальність українських підприємств за думкою багатьох вчених спрямовується насамперед на трудові відносини і заходи із захисту здоров'я і безпеки споживачів. Менш поширеними є заходи щодо захисту природних ресурсів та взаємодії з громадою. Хоча і розроблено концепцію Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні, але держава поки що не виконує координаційних функцій із цих питань, а також не бере активної участі у стимулюванні впровадження систем корпоративної соціальної відповідальності.

Сьогодні українські компанії реалізують свої соціальні зобов'язання через процеси соціально-економічного розвитку персоналу своїх підприємств, а також через виконання тих вимог, які їм пред'являє держава і суспільство в цілому у вигляді сплати податків, розвитку соціальної інфраструктури, благодійних програм. При цьому окремі українські підприємства роблять спроби розробити індивідуальні підходи до соціальної відповідальності, впровадження міжнародних принципів прозорості, екологічної безпеки, трудових стосунків, підтримки суспільства. Проте політика соціальної відповідальності, як правило, реалізується фрагментарно, а в компаніях відсутня єдина концепція здійснення соціальної відповідальності бізнесу.

Зазначимо, що протягом майже двох десятиліть з часу настання державної незалежності України питання корпоративної соціальної відповідальності були чужими для української економічної і політики. Нинішньому етапу розвитку української економіки характерні протиріччя між необхідністю побудови сучасної соціальної системи і відсутністю належних соціально-економічних умов між потребами в значних фінансових ресурсах і реальними можливостями держави по фінансуванню цієї сфери. В рамках сучасної стратегії корпоративної відповідальності бізнес реалізовує соціальні програми спрямовані на розвиток кадрового потенціалу, підтримку місцевої спільноти, збереження природних ресурсів.

Зауважимо, що від діяльності бізнесу залежить досягнення цілей, в яких в кінцевому результаті зацікавлено все суспільство та держава. Сутність СВ проявляється у переконанні, що сучасні бізнес структури несуть відповідальність перед

суспільством і ця відповідальність лежить поза межами зобов'язань щодо створення та примноження прибутків акціонерів та інвесторів компанії, це відповідальність перед заціпленими сторонами, споживачами, суспільством в цілому, урядом та навколишнім середовищем. Більшість науковців та практиків сходяться до думки що сутність корпоративної соціальної відповідальності полягає в тому що вона виступає в якості добровільної діяльності компаній приватного і держаного сектору економіки, спрямованої на дотримання високих соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє середовище. Глумачення сутності корпоративної соціальної відповідальності може змінюватись в залежності від розмірів компанії чи підприємства, сфери ведення бізнесу, історичних та інших умов, але в підсумку сутність здійснюється у наступних формах: 1) виробництво якісних продуктів та послуг для споживачів; 2) створення нових робочих місць, своєчасна виплата зарплат та інвестицій у розвиток людського капіталу; 3) беззаперечне виконання вимог законодавства; 4) встановлення взаємовигідних відносин з усіма зацікавленими сторонами; 5) ефективне ведення бізнесу орієнтованого на створення доданої вартості та ріст добробуту акціонерів; 6) врахування суспільних очікувань та загальноприйнятих етичних норм щодо персоналу; 7) внесок у формування громадянського суспільства через партнерські програми і проекти розвитку місцевих громад.

Якщо проаналізувати основні принципи корпоративної соціальної відповідальності то слід зазначити, що існує три базові принципи. Такими принципами є: сталий розвиток; підзвітність; прозорість. Сталий розвиток – це такий шлях розвитку що відповідає вимогам теперішнього часу і забезпечує майбутнім поколінням можливість задовольняти їхні потреби. Питання сталого розвитку полягає в тому що суспільство не повинно використовувати ресурсів більше ніж природа може виробити. А тому концепція корпоративної стабільності розглядається як управління корпорацією що охоплює її економічну, соціальну та екологічну діяльність, оптимізує ризики. Принцип підзвітності полягає у визнанні підприємством впливу його діяльності на оточення та необхідності брати на себе відповідальність за цей вплив. Оприлюднена звітність відповідає характеристикам зрозумілості, цільової спрямованості інформації, достовірності оцінок, характеристик впливу, відсутність упередженості; порівнюваність наданих оцінок. Прозорість, як принцип означає, що зовнішній вплив діяльності компанії може бути відкрито з'ясований через звітність і ніякі факти не будуть приховані. Принцип прозорості може розумітися, як такий що впливає з принципів сталого розвитку і підзвітності.

З погляду економічного змісту СВ – це інвестиції бізнесу у працівників компанії, споживачів які підтримують продукцію та послуги компанії, збільшуючи частку ринку та обсяги продажів; це інвестиційна привабливість компанії; добрі стосунки з партнерами; підтримка громади і держави. Участь вітчизняних підприємств у здійсненні заходів корпоративної соціальної відповідальності надає їм значні переваги. Це, зокрема,: закріплення провідних позицій в питаннях розвитку загальних принципів рівності; управління репутацією і брендами, реалізацію позицій бізнесу щодо найбільш нагальних соціальних проблем, за рахунок матеріальних та нематеріальних стимулів, створення стійких партнерських відносин з урядовими структурами, органами територіальних громад, місцевою спільнотою, інститутами громадянського суспільства.

Проблематика соціальної відповідальності бізнесу є надзвичайно актуальною в умовах сьогодення через низку чинників, зокрема, військовим станом, євроінтеграційними процесами, збільшенням прозорості українських кордонів для іноземного капіталу та виходом українських виробників на ринки ЄС. Для українських компаній, які прагнуть вийти на європейські ринки виконання вимог корпоративної

соціальної відповідальності є критичною для ділової співпраці із закордонними компаніями. Бізнесові структури які працюють Україні в повному обсязі ще не усвідомлюють своєї ролі і відповідальності у соціальному розвитку країни, а також свої стратегічні інтереси, нагальною проблемою, яка може бути розв'язана із впровадженням практик корпоративної соціальної відповідальності українським бізнес-середовищем є оптимізація інвестиційних можливостей та покращення інвестиційного клімату.

В Україні ще значна частина великих та середніх підприємств не мають визначеної стратегії соціальної відповідальності, перебувають на етапі дотримання законодавства та проведення точкових добродійних проєктів. Лідери українського бізнесу, зорема, великі підприємства приватної форми власності здійснюють активну добродійну діяльність, реалізують соціальні програми, проєкти підвищення ефективності бізнес-процесів із відповідними соціальними та екологічними перевагами. Основними чинниками ведення українськими компаніями соціально відповідального бізнесу є позитивна репутація розширення ринків власні переконання можливість доступу до дешевих фінансових ресурсів, підвищення капіталізації підприємств. Разом з тим особливості впровадження соціальної відповідальності бізнесу засвідчують що основними перешкодами для втілення концепції корпоративної соціальної відповідальності є брак коштів, податковий тиск та недосконалість нормативно-правової бази, недостатність інформації щодо позитивних прикладів впровадження соціальної відповідальності.

За нинішніх умов в Україні, на наш погляд розвиток СВ бізнесу обмежують такі фактори як відсутність органу який координуватиме зусилля у реалізації соціальних програм та інших добродійних заходів, відсутність незалежної експертизи соціальних і культурних проєктів, відсутність належного інформаційного забезпечення суспільства про можливих інвесторів які б фінансували соціальні програми, а також роллю держави у вдосконаленні законодавчої сфери та відсутністю позитивного досвіду успішної реалізацію соціальних заходів.

Широке впровадження соціально-відповідального бізнесу українськими підприємствами допоможе створити нові ринки в Україні та за її межами допоможе вирішити соціальні та екологічні проблеми, покращить доступ компаній з українським капіталом до міжнародних ринків, підвищить капіталізацію українських компаній та забезпечить сталий розвиток країни в цілому. Підприємства України які сповідують корпоративну соціальну відповідальність все більше усвідомлюють необхідність та виправданість соціальних інвестицій, підтримки розвитку суспільства та місцевих громад.

Висновки. В сучасних умовах розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні перебуває на стадії становлення. Активна участь вітчизняних підприємств в соціальному веденні бізнесу надає їм низку переваг – це поліпшення іміджу серед існуючих та потенційних споживачів, партнерів по бізнесу, довіри до виробника та його продукції, збільшення обсягів продажу, посилення конкурентних позицій. Соціальна діяльність бізнесу сприяє формуванню соціальної та громадянської активності суспільства. У свою чергу держава за допомогою своїх інституцій буде стимулювати діяльності бізнесу в інтересах суспільства.

Перевагою від соціальної відповідальності в бізнесі для суспільства є розв'язання різноманітних соціальних, економічних та екологічних проблем інвестування у духовний, культурний розвиток, професійне зростання, підвищення соціальної та творчої активності працівників. Аналіз засвідчує, що 70% вітчизняних підприємств в більшій або меншій мірі впроваджує політику корпоративної соціальної відповідальності. Основні причини не впровадження політики соціальної

відповідальності компаній є брак коштів, військовий стан, нестабільна політична ситуація в країні, недосконалість правової бази.

Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні на перспективу передбачає здійснення наступних кроків: реалізація заходів ухваленої Національної стратегії розвитку соціальної відповідальності; проведенні широкої інформаційно-просвітницької кампанії з питань соціальної відповідальності для споживачів; запровадження проведення національного рейтингу соціально відповідальних компаній та підприємств; впровадження принципів соціальної відповідальності в роботу державних інституцій та територіальних громад.

1. Глобальний договір ООН (UN Global Compact, 2000). URL: www.globalcompact.org.ua (дата звернення: 1.04.2023).
2. Зелена книга ЄС «Популяризація європейських засад корпоративної соціальної відповідальності» (EU Green Paper «Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, 2001).
3. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства; Пер. з англ. С. Яринич. К.: Стандарт, 2015. 302 с.
4. Лазоренко О., Колишко Р. та ш. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності. К.: Видавництво «Енергія», 2018. 96с.
5. Саприкіна М. А., Саєнсує М.А., Зінченко А.Г., Ляшенко О.М., Місько Г.А. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: посібник ; за наук. ред. д.е.н., проф. засл. діяч. науки і техніки О.С. Редькіна. К.: Вид-во «Фабований лист», 2014.
6. Колот А.М., Грішнова О.А. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. К.: КНЕУ, 2016. 501с.
7. Романюк М.Д. Соціальна політика України: сучасна стратегія, регіональні пріоритети. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка*. 2014. Вип10. С 3-10.
8. Романюк М.Д. Соціальні диспропорції українського суспільства і соціальна нерівність регіонів України : напрями скорочення та вирівнювання. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка*. Івано-Франківськ: Плай, 2015. Вип 11. С 3-12.
9. Романюк М.Д. Застосування соціального аудиту в контексті соціально відповідального бізнесу / Формування ринкової економіки. 36. наук, праць - Спецвипуск: праця у ХХІ столітті: новітні тенденції соціального вимір, інноваційний розвиток. Київ: КНЕУ, 2016. С 313-319.
10. Гогуля О.П., Кудінова І.П. Соціальна відповідальність бізнесу. К.: Видавництво Національного університету біоресурсів та природокористування України, 2018. 79 с.
11. Затеїщикова О.О. Етапи формування стратегії соціальної відповідальності бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2014. № 2. С 200-205.
12. Зінченко А.Г., Саприкіна М.А. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи розвитку. К.: Вид-во «Фарбований лист», 2016. 56 с.
13. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. – офіційний сайт [Електронний ресурс]. URL: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spryannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf (дата звернення: 1.04.2023).

References

1. UN Global Compact (UN Global Compact, 2000), www.globalcompact.org.ua. Accessed 1 Apr.2023
2. *EU Green Paper “Promoting a European framework for corporate social responsibility” (EU Green Paper “Promoting a European framework for corporate social responsibility”, 2001.*
3. Kotler, F., and N. Lee. *Corporate Social Responsibility. How to do as much good as possible for your company and society*. Kyiv, Standard, 2015.
4. Lazorenko, O., Kolyshko, R., et al. *CSR Manual. Basic Information on Corporate Social Responsibility*. Kyiv, Energia Publishing House, 2018.
5. Saprykina, M.A., et.al. *Corporate social responsibility: models and management practice: a manual*. Kyiv, Fabovanyi Lys Publishing House, 2014.
6. Kolot, A.M., and O.A. Grishnova. *Social responsibility: theory and practice of development: monograph*, edited by A.M. Kolot. Kyiv, KNEU, 2016.
7. Romaniuk, M.D. “Social policy of Ukraine: modern strategy, regional priorities.” *Bulletin of the Precarpathian University. Series: Economics*, no.10, 2014, pp. 3-10.
8. Romaniuk, M.D. “Social disproportions of Ukrainian society and social inequality of the regions of Ukraine: directions of reduction and equalization.” *Bulletin of the Precarpathian University. Series: Economics*, no.11, 2015, pp. 3-12.

9. Romaniuk, M.D. "Application of social audit in the context of socially responsible business." *Formation of market economy. 36 scientific works - Special issue: labor in the XXI century: the latest trends in the social dimension, innovative development*. Kyiv, KNEU, 2016.
10. Gogulya, O.P., and I.P. Kudinova. *Social responsibility of business*. Kyiv, Publishing House of the National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, 2018.
11. Zateishchikova, O.O. "Stages of formation of the strategy of social responsibility of business." *Business Inform*, no.2, 2014, pp. 200-205.
12. Zinchenko, A.G., and M.A. Saprykina. *Corporate social responsibility 2005-2010: the state and prospects of development*. Kyiv, "Farbovani Lys" Publishing house, 2016.
13. "Strategy for promoting the development of social responsibility of business in Ukraine for the period up to 2020." svb, www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_svb_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf. Accessed 1 Apr.2023