



Соціальна відповідальність
українського бізнесу

Міністерство освіти і науки України
Миколаївський національний аграрний університет

Бібліотека

Соціальна відповідальність українського бізнесу

Рекомендаційний покажчик літератури

Миколаїв
2022

УДК 334.722:330.162

С89

Укладачі: Д. В. Ткаченко, зав. відділом бібліотеки

Редактори: О. Г. Пустова, директор бібліотеки МНАУ

О.О. Цокало, заступник директора бібліотеки

С89 **Соціальна** відповідальність українського
бізнесу : рекомендаційний покажчик літератури /
уклад. Д. В. Ткаченко ; за ред. О. Г. Пустова, О. О.
Цокало. - Миколаїв : МНАУ, 2022. - 80 с.

УДК 631.563:634

© Миколаївський національний
аграрний університет, 2022

© Бібліотека Миколаївського НАУ,
2022

ПЕРЕДМОВА

Бібліографічний покажчик «Соціальна відповідальність українського бізнесу» присвячений темі сучасного стану та перспективним напрямом розвитку технологій переробки і зберігання плодів та ягід.

До складу покажчика увійшли відомості про навчальні посібники, монографії, статті з наукових періодичних видань, а також матеріали всесвітньої мережі Інтернет з питань соціальної відповідальності бізнесу.

При підготовці видання були використані фонди, каталоги та картотеки бібліотеки, бази даних бібліотеки МНАУ та електронні версії повнотекстових документів, розміщених в Інтернет.

Матеріали у покажчику розміщено за алфавітом авторів та назв видань.

Опис документів наведено мовою оригіналу. Бібліографічний опис зроблено за стандартом України ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання». Слова і словосполучення скорочуються відповідно діючим стандартам ДСТУ 35.82-97 «Скорочення слів в українській мові у бібліографічному описі. Загальні вимоги та правила».

Бібліографічний покажчик адресований науковцям, спеціалістам сільського господарства, аспірантам,

викладачам, студентам, а також тим, хто цікавиться питаннями соціальної відповідальності українського бізнесу.

ВСТУП

Зараз усі навколо говорять про КСВ, чи обов'язково це та наскільки ефективно. Деякі люди навіть обирають продукцію згідно з КСВ її виробника. Але чи дійсно це має значення та що таке ця КСВ?

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – активна позиція компанії, що полягає в постійній взаємодії із суспільством та розв'язанні соціальних проблем. Вона проявляється у відповідальному ставленні компанії до свого продукту та послуг, до споживачів, працівників і партнерів. КСВ вимагає від кожного бізнесу поводитися етично, сприяти економічному розвитку та покращувати якість життя суспільства.

Бідність, гендерна нерівність, безробіття, експлуатація дитячої праці, дискримінація, расизм, пандемія, екологічні катастрофи – соціальні проблеми, до розв'язання яких можуть долучатися компанії. Проте йдеться не лише про грошову допомогу: бізнеси можуть інвестувати в різні проекти, надавати інформаційну підтримку ініціативам, забезпечувати певним обладнанням тих, хто не може собі цього дозволити, тощо.

Часто КСВ плутають з благодійністю, але це не одне й те саме. У благодійності донором може бути фізична особа чи організація, що спрямовує ресурси певній

установі чи особі. При цьому звітність необов'язкова й не очікується вигоди. У КСВ донором є компанія, що на постійній основі спрямовує ресурси на вирішення певного питання. У такому разі завжди має бути звітність про витрати, а вигода закладена у сталу бізнес-модель.

КСВ демонструє цінності компанії, говорить про рівень її усвідомленості та, безперечно, впливає на її репутацію.

Компанія, що прийняла для себе КСВ, має опиратися на такі Міжнародні стандарти: Глобальний договір ООН, Глобальну ініціативу зі звітності, стандарт соціальної відповідальності ISO 26 000, керівні принципи Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) та цілі сталого розвитку ООН.

Окрім цього, в Україні також є центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». Він просуває принципи сталого ведення бізнесу та соціальної відповідальності, впроваджує КСВ-проекти задля системних змін в країні.

Джерело

Що таке КСВ та чому це важливо. URL:
<https://givingtuesday.org.ua/blog/shho-take-ksv-ta-chomu-tse-vazhlyvo>

Розділ 1

Теоретичні та організаційно-правові основи соціальної відповідальності бізнесу забезпечення соціальної відповідальності

1. Білоус О. Генезис розвитку теорії та методології соціальної відповідальності підприємства. *Галицький економічний вісник*. 2019. Т. 57, № 2. С. 39-52.

Досліджено етимологію поняття «відповідальність» і його історичні аспекти розвитку. Визначено властиві особливості соціальної відповідальності в процесі суспільного розвитку. Охарактеризовано базові елементи соціальної відповідальності бізнесу в економіці.

2. Бородавська І. І. Специфічні вимоги стандарту SA 8000 «Соціальна відповідальність». *Актуальні проблеми життєдіяльності людини в сучасному суспільстві* : тези доповідей ЗВО інженерно-енергетичного факультету, інших учасників освітнього процесу за результатами тематичного «круглого столу» на інженерно-енергетичному факультеті. Миколаїв : МНАУ, 2020. С. 27-29.

3. Ворончак І. О. Національні моделі соціальної відповідальності бізнесу: особливості та механізм формування. *Економіка та суспільство*. 2018. Вип. 17. С. 24-29. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/17_ukr/4.pdf

У статті проаналізовано передумови розвитку національних моделей соціальної відповідальності бізнесу. Здійснено порівняльну характеристику основних моделей соціальної відповідальності бізнесу: американської, європейської, британської, азійської

(японської), пострадянської (російської). Досліджено механізм формування національних моделей соціальної відповідальності бізнесу, що відображає чинники та процес її розвитку. Визначено пріоритетні способи впливу на формування національної моделі соціальної відповідальності бізнесу.

4. Воронько-Невіднича Т. В., Помаз О. М., Васильєва Ю. А., Коваленко Г. О. Аспекти корпоративної соціальної відповідальності підприємства, що сприяють формуванню його іміджу. *Modern Economics*. 2020. № 24. С. 45-49. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V24\(2020\)-07](https://doi.org/10.31521/modecon.V24(2020)-07).

З'ясовано, що сучасним підприємствам доводиться працювати в умовах жорсткої конкуренції. Висока якість продукції у світі розвинених технологій і техніки стала нормою для споживачів. Сьогодні компаніям доводиться шукати нові шляхи залучення і утримання клієнтів. Одним із варіантів виходу з ситуації, що склалася, є формування підприємством свого іміджу. Обґрунтовано, що соціально відповідальна політика підприємства проявляється у внутрішньому (безпека праці, стабільність і соціальна значимість заробітної плати, додаткове медичне і соціальне страхування співробітників, розвиток людських ресурсів, надання допомоги працівникам в критичних ситуаціях) і зовнішньому (спонсорство та благодійність, взаємодія з органами місцевої громади та влади, охорона навколишнього середовища, виробництві якісних товарів (послуг), готовність брати участь в кризових ситуаціях) аспектах. Установлено, імідж підприємства – це міра довіри споживачів до самого підприємства, до її продукції (послуг), це джерело зростання кількості продаж, розвитку, розширення функціонування (максимізації прибутковості для власників капіталу, зростання оплати праці працівників) чи припинення

існування організації. Безумовно, з метою результативної діяльності підприємство повинно використовувати комплексно, як внутрішні, так і зовнішні програми корпоративної соціальної відповідальності. Звичайно, це створює та підтримує позитивний імідж, який сприяє зростанню довіри споживачів до підприємства, формуванню необхідних емоційних зв'язків з покупцями та суспільством в цілому.

5. Гарбар Ж. В., Мазур К. В., Мостенська Т. Г. Корпоративне управління та соціальна відповідальність. Частина 2. Корпоративна соціальна відповідальність : навч. посібник. Вінниця : ВНАУ, 2020. 228 с.

Розглянуто теорію, методологію та практику корпоративної соціальної відповідальності. Деталізовано еволюцію розвитку, концепції та моделі корпоративної соціальної відповідальності. Розкрито механізми формування соціальної відповідальності на рівні відносин між роботодавцями та працівниками, контрагентами, корпораціями та владними структурами. Викладено основні правила складання соціальної (нефінансової) звітності, особливості управління соціальними програмами компаній. Презентовано стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні.

6. Деліні М.М. Соціально-економічна відповідальність підприємництва: теорія, методологія, напрями розвитку : монографія. Краматорськ : ДДМА, 2017. 451 с. URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u317/monografiya_delini.pdf

У монографії досліджено процес становлення та розвитку соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні та напрями регулювання державою зазначеного процесу; обґрунтовано розподіл основних функцій між державою та підприємництвом у

реалізації функції відповідальності; визначено кількісні та якісні показники оцінки рівня соціально-економічної відповідальності держави та підприємництва. На підставі обґрунтування новітньої методологічної бази регулювання соціально-економічної відповідальності підприємництва в національній економіці та на основі дослідження зарубіжного досвіду, який може бути пристосований до вітчизняних реалій, розроблено методичні підходи та науково-практичні рекомендації для трансформації інституційних засад механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні.

7. Жуковська А., Велічко К. Сучасні моделі соціальної відповідальності бізнесу: класифікація та порівняльна характеристика. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2019. Вип. 4 (205). С. 11-20. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2019/205-4/2>

Сьогодні соціальна відповідальність виступає невід'ємною частиною іміджу підприємства та підвищує його прибутковість. Різні аспекти соціальної відповідальності бізнесу досліджували як зарубіжні, так і вітчизняні вчені, але, незважаючи на множину такого виду праць, на сьогоднішній день в сучасній науковій літературі відсутні комплексні дослідження, присвячені узагальненню та систематизації множини існуючих моделей соціальної відповідальності бізнесу. Мета: критичний аналіз моделей соціальної відповідальності, які напрацювала світова практика, розробка єдиної узагальненої класифікації, порівняльна характеристика окремих моделей соціальної відповідальності бізнесу, дослідження особливостей функціонування вітчизняної моделі соціальної відповідальності, виявлення її недоліків та розробка рекомендацій по їх ліквідації з врахуванням світових тенденцій. Для досягнення поставленої мети

використано наступні загальнонаукові та спеціальні методи: індукцію та дедукцію, логічне узагальнення, аналіз і синтез, порівняння, групування. За допомогою методу класифікації систематизовано моделі соціальної відповідальності бізнесу. За допомогою методу порівняння здійснено співставлення основних ознак окремих моделей соціальної відповідальності бізнесу, виокремлено їх спільні та відмінні риси. Проаналізовано моделі соціальної відповідальності бізнесу. Розроблено узагальнену класифікацію моделей соціальної відповідальності бізнесу. Здійснено порівняльну характеристику окремих моделей соціальної відповідальності бізнесу, виокремлено їх спільні та відмінні риси.

8. Зеленюк-Джунь Л. Соціально відповідальне ведення бізнесу - складова сталого розвитку. *Соціально відповідальне ведення бізнесу* : зб. матеріалів за результатами Всеукраїнського конкурсу наукових робіт / за ред. В. А. Устименка, А. Є. Санченко. Київ : б/в, 2022. С. 77-85.

9. Зіброва О. В. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник забезпечення соціальної безпеки населення. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 40. С. 74-77. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ifrctr_2020_40_14

Відсутність досліджень взаємозв'язку корпоративної соціальної безпеки як чинника, що має вплив на забезпечення соціальної безпеки населення, обумовила актуальність роботи. У статті розкрито наукові погляди щодо трактування поняття соціальної безпеки населення. Охарактеризовано, розкрито роль органів державної влади та приватних підприємств у формуванні ефективно діючої системи соціального захисту України. Доведено, що соціальну відповідальність у забезпеченні соціальної безпеки необхідно розглядати в розрізі різних суб'єктів власності. Розглянуто чинники, які мають вплив на соціальну

відповідальність бізнесу. Наведено проблеми та особливості ведення соціально відповідального бізнесу в Україні. Практична цінність статті полягає у запропонуванні запровадження етичних принципів ведення господарської діяльності як найбільш важливого елементу соціальної відповідальності задля підвищення рівня соціальної безпеки населення.

10. Золотарьова О. В., Лебедева В. К. Соціальна відповідальність : конспект лекцій. Дніпро : НМетАУ, 2018. 175 с. URL: https://nmetau.edu.ua/file/kl_sv-2018.pdf

Розглянуто теоретичні положення з дисципліни «Соціальна відповідальність», в яких визначено зміст соціальної відповідальності як чинника стійкого розвитку та особливості соціальної відповідальності людини, держави та суспільства. Значну увагу приділено наданню студентам знань про основні теоретичні підходи до визначення сутності категорії «соціальна відповідальність», суб'єкти, об'єкти та компоненти соціальної відповідальності, зміст концепції сталого розвитку та її реалізацію на засадах соціальної відповідальності. Розглянуто поняття і значення соціальної відповідальності людини, сутність і ознаки соціальної відповідальності громадянського суспільства, принципи, інструменти та напрями державної політики в процесі формування простору взаємодії людини, держави, бізнесу і суспільства.

11. Ігнат'єва І. А., Пасічник В. В. Соціальна відповідальність підприємств. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". 2021. № 7. С. 26-31. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2021_7_5.

У статті розглянуто проблематику впровадження компаніями соціальної відповідальності в бізнесдіяльність. Досліджено мотиви застосування

практики ведення корпоративної соціальної відповідальності на етапі зародження цієї концепції та в сучасних реаліях. Розглянуто особливості впровадження КСВ в різних частинах світу, а також виділено основні характеристики, спільні та відмінні риси у практиці КСВ різних країн, залежно від територіальної приналежності, культурних особливостей та рівня розвитку. Проаналізовано сучасний стан корпоративної соціальної відповідальності в Україні, систематизовано дані про основні сфери застосування КСВ, а також пріоритетні напрямки, які наразі розвивають українські компанії згідно з Глобальними цілями сталого розвитку до 2030 року, а саме «Якісна освіта», «Гідна праця та економічне зростання» та «Міцне здоров'я і благополуччя».

12. Каленіченко Л. І. Соціальна відповідальність як правове явище. *Держава та регіони. Серія : Право.* 2019. № 4. С. 10-16. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drp_2019_4_4

Проаналізовано суть і зміст соціальної відповідальності. Запропоновано під соціальною відповідальністю розуміти перспективний і ретроспективний взаємозв'язок між особою та суспільством, який знаходить зовнішній прояв у добровільній реалізації соціальних норм, вона припускає схвалення та заохочення, а у випадках ненормативної соціальної поведінки і передбачає для її суб'єктів обов'язок зазнати певні несприятливі наслідки. Зроблено висновок про те, що соціальній відповідальності як окремому соціальному явищу притаманні такі ознаки: об'єктивний характер; певні форми реалізації, соціальна відповідальність може бути представлена через сукупність двох підсистем відносин (ретроспективні відносини і відносини, засновані на свідомому виконанні вимог суспільства); соціальна відповідальність є родовим складним системним поняттям; соціальна

відповідальність має такі структурні компоненти: суб'єкт соціальної відповідальності ("суб'єкт ненормативного соціального діяння"); об'єкт соціальної відповідальності; суб'єкт, що здійснює оцінку, регулювання, контроль поведінки соціальних суб'єктів; соціальна відповідальність може бути представлена як на особистому, так і на суспільному (колективному) рівні; соціальна відповідальність має нормативний характер. Акцентовано увагу на тому, що основними критеріями поділу соціальної відповідальності на види є: суб'єкт; сфера суспільного життя; часовий вимір; вид соціальної норми, що містить вимоги суспільства до поведінки особи, групи людей, суспільства в цілому; вид соціальних норм просторової дії. Залежно від сфери життєдіяльності запропоновано розрізняти: політичну, економічну, духовно-культурну, екологічну, освітньо-наукову, технологічну відповідальність та відповідальність у сфері сімейно-побутових відносин. Залежно від часового виміру запропоновано розрізняти: ретроспективну відповідальність і перспективну відповідальність. Залежно від виду соціальної норми, що містить вимоги суспільства до поведінки особи, соціальної групи людей, суспільства в цілому, запропоновано розрізняти: моральну, релігійну, юридичну відповідальність тощо. За видом соціальних норм просторової дії виокремлено такі види соціальної відповідальності: відповідальність у фізичному просторі (перспективна, ретроспективна); відповідальність у віртуальному (кіберпросторі).

13. Калинець К. С. Теоретико-методологічні основи розуміння соціальної відповідальності. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2016. Вип. 2. С. 43-47. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/serpsu_2016_2_11.

Проаналізовано теоретико-методологічний зміст поняття «соціальна відповідальність» як основу розвитку відносин у суспільстві, що передбачає дотримання суб'єктами суспільних відносин вимог соціальних норм і правил. Досліджено еволюцію поглядів цього поняття щодо концепцій корпоративного егоїзму, корпоративного альтруїзму, соціальних вимог, з позиції зацікавлених сторін і щодо обов'язків. Визначено поняття соціальної відповідальності з позиції історичного аспекту розвитку, який урахує три етапи її становлення та інтеграції в національні системи господарювання. Особливу увагу зосереджено на діалектичній складовій соціальної відповідальності, яка поєднує інтереси різних зацікавлених сторін, і визначено спільні інтереси для всіх стейкхолдерів. Досліджено ініціативи реалізації та аргументи за впровадження соціальної відповідальності в сучасних організаціях.

14. Камишникова Е. В. Розвиток концепції корпоративної соціальної відповідальності: еволюція та сучасні тенденції. *Ефективна економіка*. 2020. № 3. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.3.59. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/61.pdf

У статті досліджено генезис концепції корпоративної соціальної відповідальності в теорії менеджменту з початку 1950-х років до теперішнього часу, унаслідок чого виділено п'ять визначальних етапів еволюції цієї концепції. Проаналізовано систему взаємозв'язків концепції корпоративної соціальної відповідальності зі стейкхолдерською теорією, концепціями сталого розвитку, соціально відповідального інвестування, корпоративної ефективності, корпоративного громадянства, створення спільних цінностей, екологічної відповідальності. Запропоновано розглядати корпоративну соціальну відповідальність як концепцію, за допомогою якої підприємства на

стратегічних засадах інтегрують принципи соціальної та екологічної відповідальності у свою основну діяльність у процесі взаємодії зі стейкхолдерами. Метою такого підходу є максимізація створення цінності для зацікавлених сторін (власників, громади, інших стейкхолдерів) шляхом стратегічного підходу до корпоративної соціальної відповідальності, а також виявлення, запобігання та пом'якшення можливого негативного впливу підприємства на стейкхолдерів.

15. Касич А. О., Стояненко В. О. Теоретичні основи управління соціальною відповідальністю підприємств у сучасних умовах. *Приазовський економічний вісник*. 2017. Вип. 5 (05). С. 187-191. http://pev.kpu.zp.ua/journals/2017/5_05_uk/37.pdf

Стаття присвячена вивченню концепції управління соціальною відповідальністю. Проаналізовано різні дослідження науковців щодо визначення соціальної відповідальності. Виявлено значення та вплив соціальної відповідальності як суспільного механізму та інструмента регулювання суспільних відносин, що має на меті забезпечення постійного та налагодженого розвитку.

16. Клименко І. М. Теоретико-методологічний підхід до ролі соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 8. С. 118-124. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/8_2018/26.pdf

У статті досліджуються поняття корпоративної соціальної відповідальності, соціальної відповідальності бізнесу. Досліджено теоретичні та методологічні аспекти корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та обґрунтована потреба її зміцнення. Розглядаються етапи розвитку теоретичного осмислення та розширення тематичних рамок феномену

"корпоративна соціальна відповідальність". Автор розкриває роль корпоративної соціальної відповідальності та вивчає чинники, що визначають вплив цього суспільного інституту на соціальноекономічний розвиток організацій в сучасних умовах.

17. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: сучасна філософія, проблеми засвоєння. *Економіка України*. 2014. Вип. 3 (628). С. 70-82. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/32615153.pdf>.

Розглянуто теоретикометодологічні аспекти корпоративної соціальної відповідальності та обгрунтовано необхідність її посилення. Виокремлено причини недостатніх масштабів та ефективності корпоративної соціальної відповідальності в українських реаліях, зроблено висновки з її суперечливої практики, окреслено деякі шляхи підвищення соціальної відповідальності інститутів економіки та суспільства.

18. Кузьмін О. Є., Станасюк Н. С., Уголькова О. З. Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, типологія та чинники формування. *Management and entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development*. 2021. Vol. 3, № 2. С. 56-64. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/meu_2021_3_2_9.

Проаналізовано підходи до визначення поняття "соціальна відповідальність". Досліджено види соціальної відповідальності та її прояви. Зроблено висновок, що ініціативи корпоративної соціальної відповідальності ґрунтуються на чотирьох різних категоріях. Запропоновано розділити усі чинники, що впливають на формування та розвиток соціальної відповідальності компанії, на дві групи: чинники дії та чинники забезпечення. Охарак-

теризовано один із можливих варіантів процесу фінансово-економічного забезпечення соціальної відповідальності.

19. Лункіна Т. І. Міжнародний досвід формування соціальної відповідальності. *Наукові праці. Економіка*. 2017. Вип. 284. Т. 296. С. 15-19.

20. Лункіна Т. І. Соціальна відповідальність як складова частина збалансованого розвитку держави. *Інтелект XXI століття*. 2016. № 5. С. 20-23.

21. Маліновська О. Я., Себестянович І. С. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу як фактор сталого розвитку соціально-економічних систем різного рівня. *Молодий вчений*. 2019. № 11 (2). С. 542-545. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2019_11\(2\)_53](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2019_11(2)_53).

В статті розглянуто корпоративну соціальну відповідальність (далі – КСВ) як фактор сталого розвитку. Визначено, що принципи КСВ необхідно розглядати в контексті стратегії взаємозв'язку державного та корпоративного розвитку, оскільки вони разом формують інституціональну основу сталого розвитку соціально-економічних систем. Перераховані основні типи взаємодії в процесі реалізації КСВ, а також основні елементи системи соціальної відповідальності. Проведено аналіз праць, що стосуються концепції сталого розвитку соціально-економічних систем. Розкрито суть таких понять як «сталий розвиток» та «людський капітал». Були виділені основні компоненти людського капіталу (далі – ЛК). На підставі літературних джерел були названі особливості вітчизняної моделі КСВ та найпоширеніші практики впровадження КСВ в Україні. Зроблено висновки щодо перспектив розвитку КСВ в Україні.

22. Марущак Н. В. Теорії корпоративної соціальної відповідальності у світовій практиці. *Актуальні*

проблеми міжнародних відносин. 2012. Вип. 111, Ч. II. С. 209-219. DOI: <https://doi.org/10.17721/apmv.2012.111.2>. URL: <http://apir.iir.edu.ua/index.php/apmv/article/view/332/302>

Висвітлюється поняття корпоративної соціальної відповідальності як загальноприйнятої світової практики. Наводяться та аналізуються існуючі теорії соціальної відповідальності бізнесу.

23. Охріменко О. О., Іванова Т. В. Соціальна відповідальність : навч. посіб. Київ : Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». 2015. 180 с. <http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/Socialna-vidpovidalnist.pdf>

Розглянуто теорію, методологію та практику соціальної відповідальності людини, держави та корпорації. Деталізовано еволюцію розвитку, концепції та моделі соціальної відповідальності. Розкрито механізми формування соціальної відповідальності на рівні відносин між роботодавцями та працівниками, контрагентами, корпораціями та владними структурами. Приділено увагу нефінансовій звітності, що виступає інструментом розвитку соціальної відповідальності. Приведено методичні підходи щодо оцінювання ефективності соціальної відповідальності. Презентовано стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні.

24. Перезовова І., Сторощук Х. Етимологія та генеза поняття "соціальна відповідальність підприємства". *Економічний аналіз*. 2020. Т. 30, № 1(1). С. 158-165. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2020_30_1\(1\)_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2020_30_1(1)_20)

25. Про затвердження плану заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в

Україні на період до 2030 року : розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 червня 2020 р. № 853-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/853-2020-%D1%80>

26. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/66-2020-%D1%80>

27. Пшенична О. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. *Соціально відповідальне ведення бізнесу* : зб. матеріалів за результатами Всеукраїнського конкурсу наукових робіт / за ред. В. А. Устименка, А. Є. Санченко. Київ : б/в, 2022. С. 86-94.

28. Сардак С. Е., Гасленко К. С. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність підприємства: теоретичні та практичні аспекти. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 12. С. 342-347. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/12_ukr/57.pdf

У статті досліджено питання внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності, її прояви, принципи, зміст заходів щодо її реалізації. Проаналізовано практику здійснення внутрішньокорпоративної соціальної відповідальності на прикладі українських підприємств. Визначено основні тенденції і проблеми запровадження внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

29. Сіренко Н. М., Бурковська А. В., Лункіна Т. І. Становлення та розвиток соціальної відповідальності: зарубіжний та вітчизняний досвід. *Сталий розвиток економіки*. 2017. № 1. С. 5-11.

30. Смачило В. В., Халіна В. Ю., Васильєва Т. С. Соціальна відповідальність бізнесу крізь призму комунікацій зі стейкхолдерами. *Ефективна економіка*. 2018. № 9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2018_9_32

Досліджено зовнішню соціальну відповідальність підприємства, її диференціацію в залежності від впливу тих або інших стейкхолдерів, визначено шляхи добросовісних ділових практик та реалізації соціально відповідальної діяльності в зазначених сферах. Визначено, що найвпливовішими стейкхолдерами підприємств є постачальники. Відібрано інструментарій, який використовується на різних етапах ланцюгів постачань, що дає можливість оптимізувати та адаптувати систему поставок до зовнішніх впливів та внутрішніх потреб. Визначено співвідношення етапів ланцюга постачань та умов, що висуваються до них відповідно до відповідального управління. Резюмовано, що лише відповідальне ставлення до власною та партнерської діяльності на кожному етапі комунікацій гарантує подальший успіх та досягнення поставлених цілей та синергії результатів.

31. Сушик І. В., Сушик О. Г., Мартинюк Я. М., Вісин В. В. Етика бізнесу : навч. посіб. Луцьк : РВВ Луцький НТУ, 2019. 268 с. URL: <https://lib.lntu.edu.ua/sites/default/files/2021-11/Етика%20бізнесу%20навч%20посібн.pdf>

Посібник призначений для студентів і викладачів вищих навчальних закладів, а також усіх, хто цікавиться питаннями етики ділових відносин у сфері бізнесу та управління. Розглянуто питання професійної етики, формування корпоративної культури, іміджу та репутації підприємства, налагодження стосунків між діловими партнерами.

32. Ткаченко Н. В., Лосовська Н. В. Теоретичні засади формування соціальної відповідальності бізнесу. *Фінансовий простір*. 2018 № 4 (32) С. 161-162. URL: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/index.php/fp/article/download/643/705/>

Сучасному етапу розвитку економіки притаманна наявність соціальної відповідальності бізнесу як однієї з невід'ємних складових успішного функціонування суб'єктів господарювання, яка пов'язує діяльність підприємств із суспільством і є одним із найбільш важливих чинників у процесі економічного розвитку як окремих підприємств, так і вітчизняної економіки в цілому. Досліджено підходи до змістовного наповнення соціальної відповідальності бізнесу. Досліджено постулати відомих європейських організацій та основоположників дискусії щодо соціальної відповідальності бізнесу. Розглянуто питання формування концепції соціальної відповідальності, визначено складові та підходи до забезпечення її ефективності.

33. Трум О. Ю. Управління підприємством на засадах корпоративної соціальної відповідальності. *Молодь, наука, бізнес* : матеріали всеукр. інтернет-конфер., м. Миколаїв, 7-8 жовтня 2020 р. Миколаїв : МНАУ, 2020. С. 98-101.

На сьогодні, в умовах мінливого економічного середовища, виникла об'єктивна необхідність концентрації уваги на поняттях «соціального обліку» та «соціальної звітності» як одних з головних чинників, котрі впливають на ефективність функціонування підприємства. Важливим питанням, котре постає перед підприємствами, які мають на меті вдосконалити свої фінансові результати, є надання належної уваги до соціальних факторів як всередині, так і поза межами господарства. Вплив соціального обліку постає на рівні сфери обороту грошових коштів або власного капіталу.

34. Трут О. О., Ляшук К. П. Концептуальні засади корпоративної соціальної відповідальності. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2019. №3 (9). URL: 143-148. <https://economics.net.ua/ejorpu/2019/No3/143.pdf>

У статті досліджено основні теоретичні підходи до визначення понять відповідальності, соціальної відповідальності, корпоративної соціальної відповідальності; проведено аналіз тлумачення поняття соціальної відповідальності, виділено особливості сприйняття даного поняття як індивідуальної відповідальності та відповідальності підприємства перед суспільством; розмежовано поняття соціальна відповідальність та корпоративна соціальна відповідальність; схарактеризовано основні базові концепції корпоративної соціальної відповідальності; вивчено генезис базових концепцій корпоративної соціальної відповідальності, визначено основні напрями досліджень науковців та основні положення концепцій; в діяльність підприємств.

35. Хілуха О. А., Надейко М. М. Теоретичні засади соціальної відповідальності менеджменту підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2020. № 1 (97). С. 32-40. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1201412.pdf>

Метою статті є виявлення теоретичних аспектів явища соціальної відповідальності з метою ідентифікації його місця у системі корпоративної культури підприємства.

36. Цегельник Н. Соціальна відповідальність бізнесу за доходи найманих працівників. *Соціально відповідальне ведення бізнесу* : зб. матеріалів за резуль-

татами Всеукраїнського конкурсу наукових робіт / за ред. В. А. Устименка, А. Є. Санченко. Київ : б/в, 2022. С. 37-46.

37. Чепель І. В. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні: теорія і практика. *Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 03-04 березня 2020 р., м. Харків. Торунь : Видавець ФОП Панов А. М., С. 196-198. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/23490/1/Чепель%20І.В.%20-%20КСВ.pdf>

У статті зроблено акцент на те, що корпоративна соціальна відповідальність є альтернативним важелем стратегічного управління, який може допомогти підприємству підвищити свою конкурентоспроможність, покращити власний імідж, привернути увагу цільової аудиторії і збільшити свою частку ринку.

38. Corporate social responsibility and innovative work behavior: Is it a matter of perceptions? / R. S. Alhmoudi and etc. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2022. Vol. 29(6). P. 2030-2037. DOI: <https://doi.org/10.1002/csr.2299>

The paper investigates the influence of corporate social responsibility (CSR) on Innovative Work Behavior (IWB). The mediating role of passion and organizational commitment is investigated for understanding the effect of CSR on companies' performances by adopting a behavioral perspective. Based on the exploratory literature review conducted during the period from 1990 to 2020 and the content analysis method, we explore possible relationships among CSR, human capital, relational capital, and innovative work behaviors. Building upon the evidence from the literature review, a set of propositions have been defined for supporting both researchers and practitioners in enhancing the potential contri-

bution of perceived CSR to improve companies' performance by adopting IWBs. The paper enriches ongoing debate about CSR's influence on companies' performances investigating the pivotal role of perceptions about CSR practices in influencing IWBs within the business field.

39. Discovering ISO 26000. Switzerland : International Organization for Standardization, 2018. URL: <https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100258.pdf>

40. Doing bad by doing good? Corporate social responsibility fails when controversy arises / S. Guo and etc. *Industrial Marketing Management*. 2022. Vol. 106. P. 1-13. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.07.009>

While the benefits of CSR may offer suppliers a competitive advantage in their customer market, CSR remains a paradox as firms struggle to strike a balance between the financial, social, and environmental interests of stakeholders. Such confliction is greatly intensified for firms whose core business and/or marketing communications contradict the general social and environmental interests of the society. Considering theories and concepts borrowed from consumer behavior that appear to have been influential in explaining pertinent B2B buyer purchasing decisions, this paper empirically investigates the contingency conditions underpinning CSR and its communication effect on organizational customer outcomes. Our results, based on panel data from Kinder, Lydenberg, and Domini (KLD) and Compustat database, suggest that on average B2B firms' CSR communications significantly enhance their firm value; however, this value enhancing effect is attenuated when controversies weigh in on firms' industry and/or corporate reputations. Specifically, CSR communications have significantly positive impact on firms in regular settings, but the impact becomes negligible or even negative for firms operating in controversial industries or

firms face controversial advertising problems. Theoretical and managerial implications of the research are provided.

41. ISO 26000:2010. Guidance on social responsibility.
URL <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en>

42. Mikkilä M., Panapanaan V., Linnanen L. Corporate social responsibility in Finland. *Corporate Social Responsibility in Europe*. Springer, 2015. P. 209-228. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-13566-3_12

The focus of the responsibility debate in Finland has varied in time covering the three dimensions of corporate responsibility, namely economic, environmental and social responsibility. The social movement by the industrial and agrarian labor claiming for more reasonable working conditions started the series of movements in the early twentieth century. The environmental dimension dominated the debate at the time of the rise of public environmental awareness from the 1960s until the 1990s. The intensive globalization turned the focus on the global social and environmental responsibility in the late 1990s and onwards. The diversity of corporate responsibility concepts shows up within the three Finnish business types in 2000s: large-scale industries, traditional small and medium-scale enterprises and newly established innovative enterprises. A few large-scale, globally or nationally but within the international sector operating companies, face global responsibility challenges when expanding the operations to new, emerging markets, commonly with inadequate social and environmental legislations. The companies have adopted international environmental and social management systems and responsibility reporting in order to strengthen the operations, but also to concretize the responsibility of the operations for various national and global stakeholders. The advanced Finnish social and environmental regulation and legislation set a fixed and adequate frame-

work for nationally operating small and medium-scale enterprises. The owners perceive little value-added by applying the responsibility concept in the daily business, as the operations are mainly responsible as such. The business idea of the third group, recently established start-ups, is commonly business by being responsible, guaranteeing the high societal legitimacy of such business. These actors create business by, for example, recycling various materials or offering social services. The future prospect goes more and more towards the innovation type responsible business.

43. Patuelli A., Carungu J., Lattanzi N. Drivers and nuances of sustainable development goals: Transcending corporate social responsibility in family firms. *Journal of Cleaner Production*, 2022. Vol. 373. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.133723>

In 2015, the United Nations established 17 Sustainable Development Goals (SDGs) to be reached by 2030. They are aimed at all members of society, including businesses, which could integrate SDGs within their Corporate Social Responsibility (CSR) strategies. As family firms constitute the most widespread form of business, understanding the factors that drive the decisions to pursue SDGs is essential. Thus, this research aims to understand why a family firm complies with SDGs. Additionally, it examines how SDGs enter, at the strategic level, activities and management practices. Following the case study method, the paper focuses on a family firm based in Italy, by means of documentary analysis, semi-structured interviews, and online data. In line with the Socioemotional Wealth (SEW) theory, family and personal values are crucial. While SDGs are only now entering the strategic level, their rationale has always been part of the family values, and the firm's culture. The selected firm is pursuing ten Goals. SDGs serve as a further motivator for family firms to behave more responsibly, meaning that they help to align the firm's strategy with the global challenges, building on

existing family and firm's values. Our paper brings several contributions to the family business, CSR and SDGs literature, providing a representation of the reasons why a family firm pursues SDGs and the first reaction phases to SDGs. It brings practical implications for policymakers, highlighting the role of family values as the main drivers of the choice to invest in SDGs. By providing unique evidence, it is the first to connect the family business literature, CSR and SDGs.

44. Pillai R. D., Wang P., Kuah A. T. H. Unlocking corporate social responsibility in smaller firms: Compliance, conviction, burden, or opportunity? *Thunderbird International Business Review*. 2022. Vol. 64 (6). P. 627-646. DOI: <https://doi.org/10.1002/tie.22315>.

There is a recognition that corporate social responsibility (CSR) by smaller firms could have greater social and environmental impacts if these engagements are meaningful. Small firms are players in the global eco-system as they supply to larger global firms as subcontractors or suppliers. However, do they practice CSR with a conviction or as a compliance measure? Using stakeholder theory, in-depth interviews were carried out with 31 firms in Singapore. We found that these firms in highly normative sectors practice CSR due to compliance in the interests of stakeholders. But in less-normative sectors, where regulations and norms are minimal, a majority of firms practice CSR out of conviction. All firms acknowledged that their businesses have a responsibility toward society and our results further revealed the importance of careful stakeholder involvement in these firms.

45. Prasad A. A., Kumar R. S. Challenges and opportunities of brand corporate social responsibility classification: A review, new conceptualization and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*. 2022. Vol. 46 (6). P. 2071-2103. DOI: <https://doi.org/10.1111/ijcs.12844>

Scholars have outlined several corporate social responsibility (CSR) classifications to analyse the wide range of CSR initiatives. The usage of diverse CSR types has resulted in independent and fragmented research. Previous literature reviews have analysed the overall CSR domain or focused on specific CSR activity, like cause-related marketing. A comprehensive review of CSR classifications is not available to the best of the authors' knowledge. This article synthesizes the literature on CSR classification and proposes a holistic brand CSR mechanism classification schema. We review the CSR classifications outlined in 104 academic resources published between 1979 and 2021 (across 47 ABDC listed journals and one book). The review utilizes the 5W1H—Who, Why, What, When, Where and How—analytical framework to reveal the underlying rationale of different CSR classifications. The 5W1H analysis indicates that the majority of CSR classifications are from the overall business perspective rather than the product brand perspective. It also suggests the importance of the CSR delivery mechanism, that is, how CSR is delivered. The review finds a lack of conceptual basis in the extant brand CSR mechanism classifications. To address these challenges, we propose a conceptually grounded classification schema for brand CSR mechanisms with 10 classes to capture the feasible options holistically and parsimoniously. We describe the proposed classes and subclasses, provide real-life illustrations, and assess the proposed classification's robustness. The implications of this study for theory, practice, and consumers are discussed. Leveraging the proposed classification, we identify several avenues for further research.

Розділ 2

Облік, аудит, аналіз та оцінка корпоративної соціальної відповідальності

46. Агавердієва Х. Ф., Іванісов О. В., Лебединська О. С. Соціальний аудит у теоретичному полі соціальної відповідальності. *Бізнес Інформ*. 2019. № 5. С. 157-161. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2019_5_25

Мета роботи - обґрунтування необхідності проведення соціального аудиту на вітчизняних підприємствах. Обґрунтовано актуальність та необхідність проведення соціального аудиту в контексті соціальної відповідальності бізнесу. Досліджено теоретичне обґрунтування поняття "соціальний аудит". Узагальнено особливості проведення соціального аудиту у визначених підсистемах соціально-трудової сфери, використовуючи особливості зарубіжного досвіду. Перспективами подальшого дослідження на рівні аналізу є вивчення особливостей організації проведення соціального аудиту при здійсненні господарської діяльності сучасними підприємствами. У прикладному аспекті ще недостатньо вивченими залишаються конкретні механізми та технології соціального аудиту.

Мета роботи - обґрунтування необхідності проведення соціального аудиту на вітчизняних підприємствах. Обґрунтовано актуальність і необхідність проведення соціального аудиту в контексті соціальної відповідальності бізнесу. Досліджено теоретичне обґрунтування поняття "соціальний аудит". Узагальнено особливості проведення соціального аудиту у визначених підсистемах соціально-трудової сфери з використанням особливостей зарубіжного досвіду. Перспективами подальшого дослідження на рівні аналізу є вивчення особливостей організації проведення соціального аудиту при здійсненні господарської діяльності сучасними підприємствами. У прикладному аспекті ще недостатньо вивченими зали-

шаються конкретні механізми та технології соціального аудиту.

47. Бержанір А. Л., Бержанір І. А. Соціальний аудит у системі соціальної відповідальності бізнесу. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Вип. 6 (23). URL: http://easterneurope-ebm.in.ua/journal/23_2019/16.pdf

48. Бочарова Н. А., Щепиліна А. К. Інтегральна оцінка рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2018. Вип. 31. С. 45-62. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ektk_2018_31_5

Досліджено існуючі методики оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах. Вдосконалено піраміду КСВ. Проведено порівняльний аналіз піраміди КСВ із пірамідою ієрархії потреб А. Маслоу. Надано характеристику видів корпоративної соціальної відповідальності. Набула подальшого розвитку система показників оцінки рівня КСВ на підприємстві. Запропоновано поділ показників за зовнішнім та внутрішнім напрямками діяльності підприємства. Особливістю запропонованої оцінки є те, що найважливішу роль відіграють зацікавлені сторони, що робить методику оцінювання більш об'єктивною, ніж існуючі. Використано метод радару для розрахунку інтегрального показника - це дозволяє зобразити одержані результати оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності графічно. Наведено двовимірну матрицю оцінювання рівня КСВ. Двовимірна матриця включає дев'ять секторів, де наведено розподіл рівнів від низького до високого рівня розвитку. Розроблено характеристику кожного сектора двовимірної матриці. Таким чином, запропоновано методику інтегрального оцінювання рівня КСВ на підставі системи частинних показників, що визначаються за допомо-

гою опитування зацікавлених сторін. Такий підхід дозволить проводити оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності для підприємств різних напрямів діяльності. Запропоновану методiku апробовано на підприємстві ТОВ "ВІТАЛ". За результатами розрахунків рівень КСВ на підприємстві оцінено як високий рівень розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

49. Буковинська М. П., Пономаренко Р. А. Соціальний аудит в оцінці корпоративної соціальної відповідальності. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2015. Т. 21, № 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnukht_2015_21_4_5

Розглянуто проблеми, пов'язані з міжнародною практикою становлення соціального аудиту (СА), його методологічні основи та нормативно-правове обґрунтування, технології проведення, основні об'єкти. Розкрито питання корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) і соціальної звітності організацій, проаналізовано значимість СА та його впливу на розвиток корпорацій і суспільство в цілому. Досліджено зародження та розвиток ідей соціальної відповідальності корпорацій і СА на міжнародному рівні. Висвітлено особливості розвитку соціальної звітності та СА в Україні. Виявлено, що КСВ українські корпорації почали впроваджувати під впливом виходу компанії на міжнародний ринок. Враховуючи одержані результати дослідження, запропоновано науково-практичні рекомендації щодо більш широкого й ефективного застосування СА.

50. Вержбицька М. І. Інструменти оцінки корпоративної соціальної відповідальності. *Сталий розвиток в Україні: проблеми інституційного забезпечення та практичної реалізації* : матеріали всеукраїнської науко-

во-практичної конференції, 12 грудня 2018 р. Краматорськ : ДДМА, 2018. С. 126-129.

51. Гнатишин Л., Костирко І., Прокопишин О., Малецька О. Аудит соціальної відповідальності бізнесу. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія : Економіка АПК.* 2020. № 27. С. 178-183. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnau_econ_2020_27_35

52. Гурочкін В. В., Кравченко Л. В. Статегічний аналіз корпоративної соціальної відповідальності промислових підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* 2018. № 3, Т. 3. С. 198-205.

53. Дерев'яно Т. А. Оцінка соціальної відповідальності та її використання в практиці підприємств. *Вісник Приазовського державного технічного університету.* 2017. Вип. 34. С. 76-82.

54. Дерев'яно Т. А. Оцінка соціальної відповідальності та її використання в практиці підприємств. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Сер. : Економічні науки.* 2017. Вип. 34. С. 76-82. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2017_34_12

55. Деліні М. М. Показники оцінки соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні. *Проблеми економіки.* 2017. № 4. С. 263-270. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2017-4_0-pages-263_270.pdf

Метою статті є визначення основних показників, які можуть бути використані при оцінці соціально-економічної відповідальності підприємств України, та групування цих показників за категоріями зацікавлених сторін. Наведено основні реципієнти, на яких спрямована соціально-економічна відповідальність підприємництва.

Ними виступають: працівники підприємства; власники (акціонери); споживачі продукції; постачальник і конкуренти; суспільство та держава. Наведено форми й інструменти реалізації соціально-економічної відповідальності підприємств (СЕВП) та на цій основі розроблено систему показників, які можуть бути використані при оцінці СЕВП. Показники виступають як у кількісній формі, так і у якісній, а також надають можливість охопити весь масштаб прояву СЕВП стосовно зацікавлених груп. Велику увагу приділено сектору прибутковості підприємства (як основній задачі корпоративної соціальної відповідальності за А. Керролом), а також відрахувань на розвиток персоналу, як професійний, так і оздоровчий, та на розвиток громади, суспільства, добробуту населення у вигляді витрат на соціальне інвестування, соціально відповідальний маркетинг, грошові гранти на дослідження, благодійну діяльність та інші інструменти прояву СЕВП.

56. Дюк А. А. Економічна оцінка формування соціальної відповідальності в сільськогосподарському підприємстві. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2020. Вип. 2. С. 47-53. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vanp_2020_2_7

57. Євтушенко В. А. Аналіз соціально-економічних індикаторів дотримання принципів соціальної відповідальності на глобальному рівні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Сер. : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2015. Вип. 3. С. 118-124. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2015_3_30

58. Ігнатенко М. М. Оцінка рівня та ефективності соціальної відповідальності аграрних підприємств.

Економічний вісник університету. 2019. Вип. 42. С. 7-12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvu_2019_42_3

Предмет дослідження - теоретичні та практичні аспекти здійснення та оцінки соціальної відповідальності аграрних підприємств. Мета роботи - визначення, оцінка та аналіз рівня її ефективності здійснення соціальної відповідальності аграрних підприємств та обґрунтування напрямів, джерел, засобів збільшення її обсягів та поширення. Методологічна основа - загальнонаукові і спеціальні методи наукового пізнання. Використані методи: діалектичний, монографічний, історичний, системно-структурного аналізу й синтезу, проблемно- та програмно-цільового підходів, статистико-економічні й економіко-математичні, опитування. Виявлені особливості соціальної відповідальності вітчизняних аграрних підприємств за змістом, структурою, динамікою. Здійснена оцінка й аналіз її рівня, причин та ризиків масового поширення. Обґрунтовані пропозиції щодо її зростання й підвищення ефективності. Висновки й результати можна використати у навчально-науковому процесі економічних факультетів вищих навчальних закладів. Їх доцільно передати для практичного використання аграрним підприємствам, громадським організаціям, сільським громадам. Висновки: у процесі здійснених досліджень виявлено значну поляризацію в ефективності розвитку та соціальної відповідальності великих і малих суб'єктів господарювання агросфери, що вимагає нагального вирішення цієї проблеми. Адже малі агроформування розуміються не лише як товаровиробники, - вони є основою формування середнього класу на селі, сприяють зайнятості та підвищенню добробуту населення. Тому великий агробізнес має здійснювати соціальну відповідальність, підтримуючи їх, зокрема, у формі товарного кредитування, реалізації готової продукції, використанні виробничих потужностей, розвитку кооперативних та інтеграційних процесів, впровадження інновацій.

59. Кацьора О. В. Теоретичний аналіз соціальної відповідальності підприємництва. *Габітус*. 2020. Вип. 17. С. 35-38. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/habit_2020_17_8

Стаття присвячена розгляду феномену соціальної відповідальності підприємництва та його основним характеристикам. Проаналізовано поняття соціальної відповідальності бізнесу як відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору та етичну поведінку, відповідає сталому розвитку та добробуту суспільства, враховує очікування зацікавлених сторін, поширена в усій організації і не суперечить відповідному законодавству і міжнародним нормам поведінки. Встановлено, що в історії бізнесу проблема відповідальності вирішувалася у двох напрямках: перший пов'язаний з думкою про те, що підприємець, який організував бізнес, вже цим самим забезпечив соціальні потреби певного кола споживачів, а другий напрям засуджує орієнтацію бізнесу лише на власні потреби. У статті виокремлено дві моделі підприємницької діяльності, які характеризують рівень соціально-історичної зрілості такої діяльності – економічну та соціально-економічну.

60. Коваленко О. М. Походження соціального аудиту як інструменту активізації соціальної відповідальності. *Теорія та практика державного управління*. 2012. Вип. 2. С. 276-282. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpu_2012_2_43

61. Костирко Р. О., Прозоров Д. В. Соціальний облік як інструмент соціальної відповідальності підприємств. *Часопис економічних реформ*. 2020. № 1. С. 74-82. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Cher_2020_1_13

62. Крюкова І. О. Аудит соціальної відповідальності аграрних формувань як інструмент забезпечення соціально-економічної безпеки сільських територій. *Інноваційна економіка*. 2016. № 3-4. С. 205-210. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_3-4_35

63. Лагута Я. М. Методичні підходи до експрес-оцінки корпоративної соціальної відповідальності. *Молодий вчений*. 2017. № 12 (52). С. 694-698. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/12/159.pdf>

У статті розглянуті існуючі основні методичні підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємства. Запропонована система кількісних показників для проведення експрес-оцінки корпоративної соціальної відповідальності для потреб управління на проміжних етапах реалізації заходів КСВ. Система показників представлена за трьома складовими: економічною, соціальною та екологічною. Розглянуті можливі напрями для проведення оцінки за якісними показниками відповідно до стейкхолдерського підходу.

64. Лункіна Т. І., Бурковська А. В., Бурковська А. І. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності підприємств крізь призму сучасних економічних умов. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 25. С. 26-30.

65. Мазуренок О. Р., Плекан У. М. Соціальний аудит як інструмент оцінювання корпоративної соціальної відповідальності. *Інноваційна економіка*. 2019. № 3-4. С. 174-179. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2019_3-4_27

66. Мазуренок О. Р., Плекан У. М. Соціальний аудит як інструмент оцінювання корпоративної соціальної відповідальності. *Інноваційна економіка*. 2019. № 3-4.

URL: <http://www.inneco.org/index.php/innecoua/article/view/60/61>

67. Надейко М. М. Порівняльна характеристика методик аналізу менеджменту корпоративної соціальної відповідальності. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2020. № 3-4. С. 132-145. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2020_3-4_13

Метою статті є формування теоретичних засад аналізу стану (рівня) соціальної відповідальності для управлінських потреб підприємства. У дослідженні використано ідентифікацію, систематизування та аналіз переваг та недоліків існуючих методик, що дало можливість виокремити методичні рекомендації з удосконалення процесу соціальної відповідальності. Охарактеризовано стан оцінювання соціальної відповідальності вітчизняних підприємств на рівні українських рейтингових агенцій за останні п'ять років. Виокремлено підприємства-лідери у сфері корпоративної соціальної відповідальності за результатами вітчизняного рейтингування. Проаналізовано існуючі методики аналізу менеджменту корпоративної соціальної відповідальності. Ідентифіковано їх зміст та методи, що в них використовуються. Узагальнено основні чинники, що підлягають оцінюванню. Наголошено на доцільності оцінювання ефективності менеджменту за зовнішніми та внутрішніми векторами соціальної відповідальності. Наведено заходи, спрямовані на запровадження системи ефективного менеджменту соціальної відповідальності. Практичну цінність має запропонований перелік заходів, що сприятимуть запровадженню системи ефективного менеджменту соціальної відповідальності, підвищенню її рівня та розвитку цього процесу. За результатами аналізу рейтингів на рівні країни узагальнено тенденції змін, що відбуваються як в системі управління соціальною відповідальністю, так і в частині висвітлення інформації щодо її

впровадження. Проведені дослідження дозволяють дійти висновку, що на сьогодні не існує універсальної методики оцінювання рівня соціальної відповідальності. У зв'язку з цим, менеджменту соціальної відповідальності суб'єкта господарювання запропоновано використовувати переваги різних методик для формування власної комплексної методики, залежно від управлінських потреб та цільової аудиторії.

68. Насад Н. В. Аналіз нефінансової звітності корпоративної соціальної відповідальності компаній зв'язку. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. : Економіка і менеджмент.* 2017. Вип. 23 (1). С. 112-115. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_23\(1\)_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_23(1)_26)

Статтю присвячено розгляду теоретичних і практичних аспектів інформаційного забезпечення управління сталим розвитком корпорацій. На підставі аналізу нефінансової звітності компаній стільникового зв'язку та інформаційних сайтів надано оцінку видів і якості нефінансових звітів, прогресу та перешкод у їх впровадженні.

69. Орлова Н. В., Жмай О. В. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності в системі взаємовідносин зі стейкхолдерами. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління.* 2020. Т. 19, Вип. 2. С. 169-187. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rectpu_2020_19_2_12

70. Письменна О. О., Сомова Л. І., Папуша Є. Інтегральна оцінка корпоративної соціальної відповідальності промислового підприємства. *Економіка і суспільство.* 2018. Вип. 19. С. 548-551. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/84.pdf

У статті запропоновано методику оцінки корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) промислового

підприємства. Розроблена методика базується на оцінці КСВ за трьома складниками: економічним, соціальним та екологічним, а також розмежування показників за групами зацікавлених осіб. Використання такого підходу дає змогу оцінювати рівень корпоративної соціальної відповідальності в межах конкретного підприємства та обґрунтовувати перспективні заходи щодо підвищення рівня КСВ.

71. Поплавська О. В. Теоретичні та практичні підходи до аналізу моделей корпоративної соціальної відповідальності та світовий досвід їх реалізації. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 2(1). С. 57-63. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2017_2\(1\)_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2017_2(1)_13)

В статті проаналізовано проблеми соціально відповідальної поведінки бізнесу в економічно розвинутих країнах з врахуванням ступеня добровільності та теоретичного осмислення поняття корпоративної соціальної відповідальності. Показано роль відповідальності бізнесу в забезпеченні стійких конкурентних переваг національної економіки під час переходу до постіндустріального етапу розвитку. Визначено, що стратегічним напрямком розвитку КСВ є необхідність здійснювати в сфері бізнесу переважну частину витрат суспільства на підготовку та перепідготовку висококваліфікованої робочої сили. Дається обґрунтування нових форм та методів вдосконалення соціальної політики корпорацій в різних моделях КСВ та використання світового досвіду при формуванні української моделі КСВ, визначення загальних нормативних підходів до реалізації різноманітних форм діалогу бізнесу і суспільства.

72. Ромашко О. М. Соціальна відповідальність бізнесу: облік та аудит в умовах сталого розвитку. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія :*

Економічні науки. 2022. № 6. С. 59-66. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2022_6_9

З кожним роком вимоги до підприємств щодо ведення соціально відповідальної діяльності зростають, не лише з боку державних органів, а й з боку самих споживачів. Соціально відповідальна діяльність набуває рис загально-світової концепції, у межах якої визначаються ключові ідеї та новий формат ведення підприємницької діяльності. Більше того, лише в рамках соціальної спрямованості підприємства отримують можливість забезпечити свій сталий розвиток. При цьому для ефективного впровадження соціальної відповідальності у практику ведення бізнесу, керівникам необхідно володіти повною та своєчасною інформацією щодо вжиті соціальні заходи та вплив від їх впровадження не лише на діяльність самого підприємства, а й на суспільство загалом. Це можливо за рахунок ведення обліку та аудиту соціальної відповідальності, що зумовлює актуальність наукового дослідження. У науковій статті розглянуто сутність соціальної відповідальності бізнесу, а також сучасні тенденції у сфері її поширення. Окреслено сутність та роль соціального обліку в досягненні високої ефективності соціально відповідальної діяльності. Схематично відображено складові соціального обліку із подальшим розкриттям кожної із них. Досліджено нормативноправову базу, якою керуються суб'єкти соціального обліку. Визначено робочі рахунки для ведення обліку соціальної відповідальності в розрізі соціальної та екологічної діяльності. Встановлено порядок обліку операцій, які неможливо оцінити у вартісному вираженні. Наведено роль аудиту соціальної відповідальності у виявленні потенційних загроз сприятливого соціального клімату. Визначено суб'єктів та об'єкт аудиту соціальної відповідальності. Окреслено джерела інформації для проведення аудиту та ключові його завдання. Проаналізовано порядок оформлення робочих документів аудитора. Узагальнено осно-

ві проблеми, з якими стикається аудит соціальної відповідальності в Україні, визначено напрямки підвищення його ефективності.

73. Руденко О. В., Кондратюк О. М., Горєва А. С. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та нефінансова звітність. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_11_78

Стаття присвячена дослідженню сутності та необхідності ведення бізнесу в соціально відповідальній спосіб, формуванню адекватної системи інформаційно-аналітичного забезпечення управління соціально відповідального бізнесу, зокрема, розкрито місце, завдання обліку соціально відповідальної діяльності та нефінансової звітності у формуванні результатів реалізації концепції соціально відповідального бізнесу. Досліджено дефініції понять «соціальна відповідальність бізнесу», «соціальний облік», «нефінансова звітність» та розкрито їх значення для розвитку бізнесу. Визначено сутність концепції сталого розвитку та соціальної відповідальності бізнесу. Проаналізовано проблеми теорії і практики соціального обліку й нефінансової звітності як інструментів реалізації соціальної відповідальності. Зроблено висновки, що подальші дослідження варто зосередити на вивченні та розробці методики соціального обліку в розрізі суб'єктів, принципів, методів, а також на напрямках та способах стандартизації нефінансової звітності з врахуванням особливостей функціонування вітчизняних компаній.

74. Стратійчук В. Особливості проведення оцінки соціальної відповідальності в стратегічному управлінні підприємством. *Соціально відповідальне ведення бізнесу* : зб. матеріалів за результатами Всеукраїнсько-

го конкурсу наукових робіт / за ред. В. А. Устименка, А. Є. Санченко. Київ : б/в, 2022. С. 25-36.

75. Цибульська Е. І., Кубарева М. В. Оцінка стратегічних конкурентних переваг компанії на основі корпоративної соціальної відповідальності. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 19 (3). С. 128-132. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2018_19\(3\)_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2018_19(3)_29)

76. Чебан Ю. Ю. Передумови та необхідність виникнення соціального аудиту в Україні. *Матеріали щорічної конференції науково-педагогічних працівників*, м. Миколаїв, 21-23 квітня 2021 р. Миколаїв : МНАУ, 2021. С. 20-22. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/9709>

77. Шевчук В. О. Обліковий вимір соціальної відповідальності сучасного підприємництва. *Економіка України*. 2016. № 12. С. 82-83. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2016_12_7

78. Lunkina T., Burkovskaya A. Basic approaches to social responsibility level's assessment. *Вісник аграрної науки Причорномор'я України*. 2018. Вип. № 1 (97). С. 64-72.

Розділ 3

Особливості соціальною відповідальністю бізнесу в аграрному секторі

79. Антошкін В. К. Соціальна відповідальність суб'єктів агробізнесу: фінансове забезпечення та світовий досвід. *Вісник Бердянського університету мене-*

джменту і бізнесу. 2020. № 2. С. 13–22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vbumb_2020_2_4

80. Бержанір А. Л. Впровадження принципів соціальної відповідальності в аграрному бізнесі. *Modern Economics*. 2021. № 26(2021). С. 6-11. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V26\(2021\)-01](https://doi.org/10.31521/modecon.V26(2021)-01).

У статті досліджено особливості впровадження системи соціальної відповідальності у вітчизняному аграрному бізнесі як важливої складової подальшого розвитку сільськогосподарського виробництва. Визначено необхідність активізації соціальної спрямованості аграрного бізнесу у зв'язку з недостатнім розвитком соціальної сфери села і наявністю значних соціальних проблем у сільській місцевості. Обґрунтовано сутність соціальної відповідальності бізнесу як добровільного внеску підприємницьких структур у вирішення проблем соціальної, економічної і екологічної сфер, яка здійснюється поза нормативними вимогами. Вказано на необхідності впровадження ефективної системи менеджменту з використанням сучасних інноваційних інструментів. Досліджено, що більшість аграрних підприємств зосереджує свою діяльність на забезпеченні гідних умов праці персоналу, співпраці з місцевими громадами, вирішенні екологічних проблем. Показано напрями реалізації соціальної відповідальності аграрних компаній в Україні. Охарактеризовано структуру та обсяги соціального інвестування провідних аграрних холдингів. Сформульовано нові способи ведення агробізнесу та перспективні напрями соціальної відповідальності у внутрішньому і зовнішньому середовищах.

81. Борисенко А. Соціально відповідальне ведення агробізнесу - складова сталого розвитку. *Соціально відповідальне ведення бізнесу* : зб. матеріалів за результатами Всеукраїнського конкурсу наукових робіт / за ред.

В. А. Устименка, А. Є. Санченко. Київ : б/в, 2022. С. 245-252.

82. Буряк Р., Оваденко В. Корпоративна соціальна відповідальність українських аграрних підприємств. *Геополітика України: історія і сучасність*. 2021. № 1 (26). URL: <http://geopolitics-of-ukraine.uzhnu.edu.ua/article/view/241677>

Сьогодні питанням корпоративної соціальної відповідальності (corporate social responsibility, CSR) приділяється дедалі більше уваги. Постійно порушуються проблеми соціально відповідальної поведінки бізнесу, його ролі в соціально-економічному розвитку країни, можливості взаємодії із місцевою громадою, компанії готують соціальні звіти, займаються соціальним інвестуванням. У статті проаналізовано основні аспекти корпоративної соціальної відповідальності агроіндустріального холдингу ПрАТ «Миронівський хлібопродукт».

83. Власова К. В. Корпоративна соціальна відповідальність – основа інноваційного розвитку підприємств АПК України. *Економічний аналіз*. 2018. Т. 28, № 3. С. 247-251. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2018_28\(3\)](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2018_28(3))

— 34

У статті досліджено основні фактори, умови і механізми реалізації інноваційного розвитку підприємств АПК України. Визначено цільову спрямованість дії корпоративної соціальної відповідальності та механізмів забезпечення інноваційного соціально-економічного розвитку підприємств АПК. Встановлено, що одним із найважливіших елементів діяльності аграрних підприємств має бути розроблення його інноваційної політики, яка міститиме у собі реалізацію соціальних проектів та тактичні аспекти розвитку соціальних заходів.

84. Гудзинський О. Д., Судомир С. М. Соціальна відповідальність бізнесової діяльності в аграрному секторі економіки. *Вісник ХНАУ. Сер. : Економічні науки.* 2018. № 3. С. 211-218. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhнау_ekon_2018_3_24

В статті розроблено методологію формування результативної системи відповідальності. Запропоновані принципи соціальної відповідальності. Дано авторське визначення соціальної відповідальності, яка розглядається нами як відповідальність суб'єкта підприємницької діяльності перед суспільством як прерогативної соціально-економічної цілісності, споживачами, контактними аудиторіями, територіальними громадами, власне працівниками фірми та суб'єктами за інтересами.

85. Дюк А. А. Економічна оцінка формування соціальної відповідальності в сільськогосподарському підприємстві. *Вісник аграрної науки Причорномор'я.* 2020. Вип. 2 (106). С. 47-53. DOI: [https://doi.org/10.31521/2313-092X/2020-2\(106\)-5](https://doi.org/10.31521/2313-092X/2020-2(106)-5).

У статті здійснено оцінку формування соціальної відповідальності в сільськогосподарському підприємстві. Сформовано теоретичне бачення ознак соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств у здійсненні ними виробничої діяльності. Запропоновано визначення соціальної відповідальності як критерію соціальної ефективності виробництва. Визначено напрями і критерії методичних засад оцінки соціальної відповідальності підприємств, щодо яких за основу взято аспекти рівня соціально спрямованих витрат виробництва. Проаналізовано динаміку соціально спрямованих витрат, динаміку зайнятості населення і галузеву структуру виробництва у контексті використання їх в якості індикаторів рівнів соціальної відповідальності. Встановлено економічні ознаки характеру соціальної відповідальності

сільськогосподарських підприємств на сучасному етапі їхнього розвитку.

86. Дюк А. А. Соціальна відповідальність у виробничій системі сільськогосподарських підприємств: методичні аспекти оцінювання. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2020. Вип. 1 (105). С. 27-36. DOI: [https://doi.org/10.31521/2313-092X/2020-1\(105\)-4](https://doi.org/10.31521/2313-092X/2020-1(105)-4).

У статті запропоновано удосконалення теоретичних засад розуміння сутності соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств на основі визначення методичних положень оцінки її представлення у виробничій системі. Визначено рівні соціальної відповідальності у функціонуванні підприємств. Охарактеризовано підсистеми формування соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств, на основі аналізу яких доцільно здійснювати вибірку показників результативності господарювання. Зроблено пропозицію складових формування соціальної відповідальності – визначено механізми (підсистеми) її імплементації на практиці з розкриттям методичних аспектів оцінювання. Методично доведено доцільність застосування категорії витрат для визначення економічної бази формування соціальної відповідальності у сільськогосподарському підприємстві.

87. Дюк А. А. Соціальна відповідальність у розвитку сільськогосподарських підприємств: значення і аспекти оцінки. *Агросвіт*. 2020. № 5. С. 11–16.

Статтю присвячено розгляду та обґрунтуванню теоретичних аспектів значення соціальної відповідальності у розвитку сільськогосподарських підприємств, визначенню аспектів її оцінки. Аргументовано необхідність врахування соціальної відповідальності підприємств як інноваційного чинника формування їх конкурентоспроможності. Визначено теоретико-методичні співвідношення економічних основ діяльності підприємства із соціаль-

ними результатами, які формують соціальну відповідальність, зокрема враховуючи специфіку сільського господарства. Обґрунтовані теоретичні положення взаємозв'язку економічних результатів господарювання з соціальними.

88. Ігнатенко М. М. Оцінка рівня та ефективності соціальної відповідальності аграрних підприємств. *Економічний вісник університету*. 2019. Вип. 42. С. 7-12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvu_2019_42_3

Предмет дослідження - теоретичні та практичні аспекти здійснення та оцінки соціальної відповідальності аграрних підприємств. Мета роботи - визначення, оцінка та аналіз рівня й ефективності здійснення соціальної відповідальності аграрних підприємств та обґрунтування напрямів, джерел, засобів збільшення її обсягів та поширення. Методологічна основа - загальнонаукові і спеціальні методи наукового пізнання. Використані методи: діалектичний, монографічний, історичний, системно-структурного аналізу й синтезу, проблемно- та програмно-цільового підходів, статистико-економічні й економіко-математичні, опитування. Виявлені особливості соціальної відповідальності вітчизняних аграрних підприємств за змістом, структурою, динамікою. Здійснена оцінка й аналіз її рівня, причин та ризиків масового поширення. Обґрунтовані пропозиції щодо її зростання й підвищення ефективності. Висновки й результати можна використати у навчально-науковому процесі економічних факультетів вищих навчальних закладів. Їх доцільно передати для практичного використання аграрним підприємствам, громадським організаціям, сільським громадам. Висновки: у процесі здійснених досліджень виявлено значну поляризацію в ефективності розвитку та соціальної відповідальності великих і малих суб'єктів господарювання агросфери, що вимагає нагального вирішення цієї проблеми. Адже малі агроформування розуміються

не лише як товаровиробники, - вони є основою формування середнього класу на селі, сприяють зайнятості та підвищенню добробуту населення. Тому великий агробізнес має здійснювати соціальну відповідальність, підтримуючи їх, зокрема, у формі товарного кредитування, реалізації готової продукції, використанні виробничих потужностей, розвитку кооперативних та інтеграційних процесів, впровадження інновацій.

89. Колосок А. М. Становлення соціальної відповідальності в аграрному бізнесі // Актуальні проблеми економіки. 2016. № 1 (175). С. 231-235. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/153587353.pdf>

У статті розглянуто теоретичні та практичні аспекти соціальної відповідальності агробізнесу, визначено її специфіку та особливості становлення. Запропоновано пріоритетні напрями розвитку соціальної відповідальності в аграрному секторі економіки.

90. Крюкова І. О. Аудит соціальної відповідальності аграрних формувань як інструмент забезпечення соціально-економічної безпеки сільських територій. *Інноваційна економіка*. 2016. № 3-4. С. 205-210. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_3-4_35

91. Лункіна Т. І. Механізм формування соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектора економіки. *Modern Economics*. 2021. № 29. С. 115-120. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V29\(2021\)-18](https://doi.org/10.31521/modecon.V29(2021)-18).

Проаналізовано та сформовано власне бачення механізму формування соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектора економіки. З'ясовано, що досягнення мети механізму формування соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору економіки здійснюється через виконання ним певних функцій: планування, організація, мотивація, оцінка, моніторинг, контроль, прогно-

зування з урахуванням усіх рівнів ієрархії – глобального, національного, локального, особистісного. Доведено, що вирішальну роль у популяризації соціальної відповідальності відіграє держава як основний регулятор посилення соціальної відповідальності на національному рівні. Охарактеризовано сповільнюючі та стримувальні фактори щодо реалізації механізму формування соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектора та заходи для нівелювання їхнього негативного впливу, в результаті яких переваги від запровадження соціальної відповідальності має як суспільство, так і аграрний бізнес.

92. Лункіна Т. І. Особливості оцінки рівня соціальної відповідальності аграрного сектора. *Інфраструктура ринку*. 2017. Вип. 14. С. 34-38.

93. Лункіна Т. І. Соціальна відповідальність в аграрному секторі економіки України : монографія. Миколаїв : Дизайн і поліграфія, 2018. 632 с.

94. Лункіна Т. І. Соціальна відповідальність суб'єктів аграрного сектору економіки України : монографія. Миколаїв : Дизайн і поліграфія, 2018. 632 с. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/5923>

У монографії висвітлено особливості розвитку соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору України; обґрунтовано методологічні підходи щодо її оцінки. Проаналізовано рівень розвитку соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору економіки у розрізі соціальної направленості аграрного бізнесу, доведено вплив локальної соціальної відповідальності аграрних підприємств на результативність аграрного сектору економіки України.

95. Лункіна Т. І. Формування інституціонального забезпечення локальної соціальної відповідальності в аграрному секторі. *Економіка, фінанси, управління та*

право: теоретичні підходи та практичні аспекти розвитку : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. м. Полтава, 23 лип., 2018 р. Полтава, 2018. С. 27-29.

96. Лункіна Т. І. Формування соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору економіки України : дис. ... доктора екон. наук 08.00.04 - економіка та управління підприємствами - за видами економічної діяльності. Миколаїв : МНАУ, 2019. 706 с. URL: https://www.mnau.edu.ua/files/spec_vchen_rad/d_38_806_01/dis_lunkina.pdf

97. Лункіна Т. І., Широка А. І. Локальна соціальна відповідальність в аграрному секторі України. *Modern Economics*. 2018. № 9. С. 60-66. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/4452>

Стаття присвячена сутності та особливостям соціальної відповідальності в аграрному секторі України. Досліджено теоретичні та практичні аспекти соціальної відповідальності та визначено специфіку та особливості становлення соціальної відповідальності в аграрному секторі. З'ясовано що локальна соціальна відповідальність аграрних підприємств проявляється через зовнішні та внутрішні фактори впливу. До зовнішніх аспектів локальної соціальної відповідальності (СВБ) належить: взаємодія з громадою, вплив на природне середовище, суспільство. До внутрішніх аспектів локальної соціальної відповідальності (КСВ) належить: позитивна взаємодія з працівниками підприємства, екологізація виробництва, використання ресурсозберігаючих технологій. Наведено напрями локальної соціальної відповідальності аграрного бізнесу. Сформовано стримуючі фактори реалізації соціальної відповідальності та переваги від її запровадження в аграрному секторі. Запропоновано пріоритетні напрями розвитку соціальної відповідально-

сті в аграрному секторі економіки та наведено переваги, які отримує аграрний бізнес від запровадження ЛСВ.

98. Марковська Т. С. Особливості розвитку аграрного соціально відповідального бізнесу / наук. керівн. А. В. Ключник. *Вплив процесів світової інтеграції та регіональний розвиток України* : зб. Всеукраїнської Інтернет-конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених, 24 листопада, 2017 р., м. Миколаїв. Миколаїв : МНАУ, 2017. С. 32-34. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/3011>

Інвестиції в людський капітал є основним напрямком внутрішньої соціально спрямованої діяльності аграрних підприємств. Соціально відповідальні підприємства мають більше інструментів для залучення і утримання персоналу. Позитивними наслідками соціальної відповідальності в умовах нестабільного зовнішнього середовища є зменшення нефінансових ризиків, довгострокове поліпшення іміджу і ділової репутації, зростання ринкової вартості підприємства, набуття конкурентних переваг та стратегічної стійкості суб'єкта господарювання.

99. Пахуча Е. В., Пономарьова М. С. Соціальна відповідальність аграрних підприємств: сучасний стан, проблеми і тенденції розвитку. *Вісник ХНАУ. Сер. : Економічні науки*. 2018. № 4. С. 350-361. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2018_4_35

У статті розглянута сутність соціальної відповідальності аграрних підприємств. Визначена необхідність впровадження і розвитку соціальної відповідальності, її інтеграції у стратегію сучасних підприємств та необхідність допомоги в процесі реалізації політики соціальної відповідальності зі сторони держави. Досліджено основні проблеми впровадження соціальної відповідальності у вітчизняні аграрні підприємства. Визначені основні принципи і фактори, що впливають на формування

соціальної відповідальності аграрних підприємств. Досліджено основні проекти і напрями соціальної відповідальності на прикладі Топ-10 вітчизняних агрохолдингів України. Систематизовано найпоширеніші практики впровадження соціальної відповідальності у підприємствах України. Виявлені головні стимули і мотиви впровадження соціальної відповідальності вітчизняними підприємствами.

100. Поляруш Н., Соціальна відповідальність бізнесу на прикладі ФГ «Агрофірма «Базис». *Соціально відповідальне ведення бізнесу* : зб. матеріалів за результатами Всеукраїнського конкурсу наукових робіт / за ред. В. А. Устименка, А. Є. Санченко. Київ : б/в, 2022. С. 340-346.

101. Сіренко Н. М., Бурковська А. В., Лункіна Т. І. Формування соціальної відповідальності в агрохолдингах України. *Social and economic aspects of sustainable development of regions* : monograph. Opole : The Academy of Management and Administration in Opole, 2018. P. 96-101.

102. Сіренко Н. М., Лункіна Т. І., Бурковська А. В. Інституціональне забезпечення локальної соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору економіки. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2020. Vol. 1, № 32. P. 536-544.

Досліджено елементи інституціонального середовища. Здійснено аналіз дефініцій «інститут» та «інституція». З'ясовано, що на формування інституціонального забезпечення локальної соціальної відповідальності впливає соціально-економічний розвиток країни, суб'єкта господарювання та індивіда. Обґрунтовано фактори впливу при формуванні середовища локальної соціальної відповідальності аграрного підприємства.

Проаналізовано динаміку валового внутрішнього продукту в окремих країнах та регіонах світу. Установлено, що рівень інфляційних процесів в Україні, які спостерігаються протягом останніх років, є занадто високими, що призводить до зниження рівня життя і добробуту населення. Запропоновано розглядати середовище формування локальної соціальної відповідальності на аграрному підприємстві в розрізі напрямів сприйняття локальної соціальної відповідальності: індивідуальному, організаційному, інституціональному, економічному, кадровому, соціальному, екологічному, інфраструктурному, природнокліматичному, техніко-технологічному. Доведено, що на кожен із складових середовища локальної соціальної відповідальності впливають фактори як зовнішнього (соціально відповідальний бізнес), так і внутрішнього (корпоративна соціальна відповідальність) середовища. З'ясовано, що в результаті формування середовища локальної соціальної відповідальності створюється позитивний результат у розрізі кожного зазначеного елемента. Проаналізовано напрями інституціонального забезпечення соціальної відповідальності та локальної соціальної відповідальності аграрного сектору в розрізі рівнів функціонування та запропоновано перспективні нормативно-правові документи, що значно поліпшать розвиток соціальної відповідальності на всіх рівнях ієрархії. Обґрунтовано, що інститути впливу на соціальну відповідальність залежать від формальних і неформальних інституцій. Наведено інституціональне забезпечення локальної соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору економіки, який ураховує такі складові: економічну, екологічну, кадрову та соціального спрямування.

103. Сіренко Н. М., Лункіна Т. І., Бурковська А. В. Стратегічний підхід до формування соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору економіки Укра-

їни. *Економіка АПК*. 2020. № 10. С. 62-70. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/8743>

Мета статті – дослідити стратегічний підхід до формування соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору економіки України, розробити стратегії соціальної відповідальності на різних рівнях функціонування. Методика дослідження. У процесі дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи, а саме: системно-структурного аналізу і синтезу (вивчення та узагальнення стратегій розвитку соціальної відповідальності в аграрному секторі економіки); ієрархій (для розкриття впливу стратегій соціальної відповідальності на суб'єктів аграрного сектору економіки України); абстрагування; графічний (для наочного відображення результатів дослідження). Результати дослідження. Обґрунтовано, що ефективність реалізації запропонованих стратегій соціальної відповідальності ґрунтується на етапах формування останньої, що дозволяє забезпечити гнучкість управління на різних етапах її функціонування. Встановлено, що при формуванні стратегії локальної соціальної відповідальності аграрного підприємства необхідно визначитися із пріоритетними напрямками розвитку та ризиками, які притаманні цій галузі господарювання та впливають на її розробку. Елементи наукової новизни. Доведено, що перспективними напрямками побудови ефективної економіки в державі є стратегічний підхід до формування соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору економіки. З'ясовано, що для формування стратегії соціальної відповідальності суб'єктів аграрного сектору економіки необхідний ґрунтовний аналіз об'єкта дослідження, формування місії підприємства з урахуванням основних стейкхолдерів (бізнес-організацій, органів державної влади, дослідницьких інститутів, профспілкових організацій, споживачів, громадських організацій, працівників та ін.), виявлення особливостей розвитку аграрного сектору

(природно-кліматичні умови, сезонність) та його можливих і неможливих тенденцій розвитку. Практична значущість. Трансформаційні зміни економіки наочно демонструють необхідність розробки стратегії соціальної відповідальності як на національному рівні, так і на рівні суб'єктів господарювання, враховуючи потреби основних стейкхолдерів, яка виступає проєктом реалізації інтересів зацікавлених сторін.

104. Galimullina N. M., Korshunova O. N., Feoktistova I. R. Corporate social responsibility as a factor of increasing the investment attraction of agrarian-industrial business. *Paper presented at the IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 2019. Vol. 315 (2). DOI: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/315/2/022086>

The research considers the role of corporate social responsibility in the functioning of agrarian-industrial holdings. The research objective is to reveal the potential of corporate social responsibility as a factor of attracting investments to agricultural companies. The author applied the methods of analysis and synthesis. The conceptual basis of the research is the pyramid of corporate social responsibility by A. Carroll and the theory of focused social responsibility by M. Porter. The empirical base includes social accounting of companies and information on financial indicators from corporate web-sites and annual reports of the leading Russian agricultural enterprises. The article presents the specific features of applying the strategies of corporate social responsibility and its key directions most demanded in Russia. The conclusion is made that there is direct correlation between socially responsible behavior and positive perception of a company by investors.

105. Kolosok A. M. Formation of social responsibility in agrarian business. *Actual Problems of Economics*. 2016. Vol. 175 (1). P. 231-235. URL: <https://>

www.researchgate.net/publication/303138926_Formation_of_social_responsibility_in_Agrarian_business

Theoretical and practical aspects of social responsibility in agribusiness are considered in the article, its specificity and development features are outlined. Priority directions in social responsibility development in the agrarian sector of economy are determined.

106. Sirenko N., Burkovskaya A., Lunkina T. Social responsibility as of the policy strategies of the agrarian sector development in Ukraine. *Mechanisms of 36 interaction between competitiveness and innovation in modern international economic relations* : collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi ; ISMA University. in 4 Vol. Riga : «Landmark» SIA, 2017. Vol. 2. P. 169-178.

107. Yatsiv I., Kolodiychuk V. Formation of social responsibility of large agricultural land users in ukraine. *Economic Annals-XXI*. 2017. Vol. 168 (11-12). P. 48-52. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V168-10>

Strengthening of the positions of large and very large agricultural enterprises, employing large area of lands, is one of the characteristics of the Ukrainian agricultural sector. This raises fears concerning negative social consequences of the process. Improvement of the agrarian production model requires application of high standards of social responsibility in the activity of large land users. The purpose of the research is to propose instruments to evaluate social responsibility of agricultural enterprises, describe peculiarities and trends in the formation and development of social responsibility of large agricultural land users, basing on such instruments. Results. The article proves a dependence of social expenses by agricultural enterprises on their land use. The authors give proposals concerning application of the criteria of evaluation of some forms of

social responsibility by agricultural enterprises and determine positive and negative social consequences of large agricultural land users' performance according to the criteria. The work confirms higher social responsibility of large agricultural enterprises established with participation of foreign capital, their positive impact on the formation of high standards of social responsibility in the branch. The authors of the article describe problems of information supply for the analysis of social responsibility and stress reasonability to introduce voluntary social reporting by business entities. Conclusions. The study of statistical reports of agricultural enterprises has helped to evaluate their social responsibility according to the following criteria: maintenance of an adequate remuneration level, responsibility in the organisation of land lease, ecological responsibility through the formation of parameters of their economic activity, creation of job positions, submission of objective financial reports, etc. High social responsibility supports existing large agricultural enterprises. This, however, does not preclude the need to restrict their growing land use and to deprive them of the right to certain elements of state support which is rendered to smaller agrarian producers.

Розділ 4

Напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні

108. Гордєєв О. Корпоративна соціальна відповідальність. Кейси 5 міжнародних компаній в Україні. *Vector*. 2022. 6 січня. URL: <https://vctr.media/ua/korporatyvna-soczialna-vidpovidalnist-kejsy-5-mizhnarodnyh-kompanij-v-ukrayini-116074>

109. Горохова Т. Розвиток соціально відповідально-го інвестування в Україні та Європі. *Соціально відповідальне ведення бізнесу* : зб. матеріалів за результатами Всеукраїнського конкурсу наукових робіт / за ред. В. А. Устименка, А. Є. Санченко. Київ : б/в, 2022. С. 236-244.

110. Довідник соціально-відповідальних компаній України. Київ : К.І.С., 2017. 170 с.

111. Другий каталог КСВ-ініціатив 2020-2021 рр. / Pro Bono Club Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2021/11/catalog-iniciativ.pdf>

112. Заєц С. В., Жосан Г. В. Соціальна відповідальність бізнес-структур в Україні. *Обліково-аналітичне і фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання: освітньо-наукові та виробничі засади* : матеріали II міжнарод. наук.-практ. конф., 22-24 листопада 2017 р., Миколаїв. Миколаїв : МНАУ, 2017. С. 326-329. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/4550>

Розглянуто об'єктивні основи розвитку соціальної діяльності бізнесових структур. З'ясовано особливості прояву соціальної відповідальності бізнесу в Україні та визначено шляхи її подальшого розвитку.

113. Іваськевич М. В., Чабаненко О. О. Корпоративна соціальна відповідальність ведення бізнесу в Україні. *Участь молоді у розбудові агропромислового комплексу України* : матеріали 31-ї студентської науково-теоретичної конференції, 20-22 березня 2019 р., Миколаїв / Обліково-фінансовий факультет. Миколаїв : МНАУ, 2019. С. 114-116.

114. Каземирчик М. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в топ-10 найбільших приватних

компаніях України. *Соціально відповідальне ведення бізнесу* : зб. матеріалів за результатами Всеукраїнського конкурсу наукових робіт / за ред. В. А. Устименка, А. Є. Санченко. Київ : б/в, 2022. С. 95-103.

115. Коваленко Є. В. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 9. С. 134-139. URL: <http://global-national.in.ua/archive/9-2016/28.pdf>

У статті досліджено розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Виявлено основні тенденції розвитку корпоративної соціальної відповідальності за період 2010-2014 рр. Проведено дослідження підходів до оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності, запропонованих вітчизняними науковцями. Обґрунтовано склад показників розвитку корпоративної соціальної відповідальності на макрорівні.

116. Кравцов С. С., Клімова А. М. Корпоративна соціальна відповідальність туристичного підприємства: сутність та напрями впровадження. *Ефективна економіка*. 2019. № 10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_10_43

117. Курінько Р. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: проблеми прийняття та становлення. *Грані*. 2020. Т. 23, № 12. С. 38-46. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2020_23_12_7

Стаття присвячена дослідженню особливостей становлення соціально відповідального бізнесу в Україні через відстеження вагомих подієвих явищ в бізнес середовищі впродовж пострадянського періоду формування ринкових відносин. Сутність концепції соціально відповідального бізнесу віддзеркалює суспільні, історичні та соціокультурні запити на досягнення й забезпечення соціального партнерства бізнесу, суспільства, держави. Дослід-

ницька спроба відстежити причини й перешкоди, що заважають реалізації цього функціонального завдання, та конкретні механізми, за допомогою яких суспільство та держава можуть сприяти формуванню соціально-відповідального бізнесу, відображена в даній роботі. Необхідність вивчення й використання вагомого міжнародного досвіду модернізації економіки з акцентом на соціальної відповідальності та опрацювання концептуально-теоретичного апарату соціально-відповідального бізнесу виступає тригером розробки механізму його імплементації в Україні. Проблемою залишається повільний, але радше поступальний процес вибору та прийняття певного патерну соціально-відповідального бізнесу, що потребує передовсім всебічного порівняльного аналізу досвіду імплементації соціально-відповідального бізнесу в різних країнах в залежності від соціально-культурного, історичного контексту і локальних ситуативних умов становлення бізнесу в ході розвитку ринкових відносин в Україні. Досліджено з застосуванням якісної методології практики прийняття соціально відповідального бізнесу компаніями, що функціонують в країні для доведення іманентної їм ініціативи «знизу вгору» щодо прийняття й поширення КСВ (концепції соціальної відповідальності) на противагу іншим пострадянським країнам з переважанням етатистського підходу «згори донизу» залучення бізнесу до КСВ. Важливим дослідницьким здобутком виявилась вагомість етичної складової, навіть як культурно іманентної в артикуляції спонукальних мотивів українських бізнесменів, що дало підстави для висновку про прийняття КСВ здебільшого як низової не державної ініціативи)

118. Лешко Х. С. Корпоративна соціальна відповідальність як основа розвитку туристичного підприємства. *Регіональна економіка*. 2021. № 1. С. 100-106. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek_2021_1_13

119. Лешко Х., Холявка В., Гузар У. Інноваційні складові корпоративної соціальної відповідальності туристичних підприємств в сучасних реаліях. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 28. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-7>

У статті проаналізовано практику зовнішньої та внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності б-ма провідними міжнародними туроператорами. Виявлено залежність рівня поінформованості щодо соціальної відповідальності туристичного бізнесу від розмірів компаній та кількості працівників. Визначено, що корпоративна соціальна відповідальність підвищує репутацію компанії серед її цільових аудиторій, покращує її імідж та рівень довіри до неї. Розглянуто кризові явища в туризмі, спричинені COVID-19. Основна увага приділена питанням внутрішньої та зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності та їх прояви, принципи та зміст заходів для їх реалізації. Проаналізовано практику здійснення внутрішньої та зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності на прикладі українських туристичних підприємств. Визначено основні тенденції і проблеми запровадження корпоративної соціальної відповідальності базуючись на досвіді іноземних країн. Проаналізовано напрями впровадження принципів КСВ в Україні.

120. Лункіна Т. І. Основна роль і необхідність розвитку соціальної відповідальності в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 12. № 2. С. 6-10.

121. Лункіна Т. І., Власюк І. М. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні: сучасний стан та напрями вдосконалення. *Modern Economics*. 2017. Вип. 1. С. 24-30. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/1-2017/UKR/lunkina.pdf>.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) бізнесу є основною передумовою для формування стратегії сталого розвитку. У статті визначені умови, у яких формувалась корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні. Досліджено рівень поінформованості про поняття «соціальна відповідальність» серед представників бізнесу в Україні. Проаналізовано динаміку приєднання українських компаній до Глобального договору ООН за 2006-2015 рр. Визначено наявні перешкоди у розвитку соціальної відповідальності українського бізнесу. Вказано основні рекомендації, які допоможуть залучити нові підприємства до активної участі у відповідальному ставленні до планети, людини, прибутку.

122. Охота Н. В., Василенко М. Ю. Корпоративна соціальна відповідальність у діяльності аудиторських компаній. *Молодь, наука, бізнес* : матеріали всеукр. інтернет-конфер., м. Миколаїв, 7-8 жовтня 2020 р. Миколаїв : МНАУ, 2020. С. 68-71. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/8173>

123. Пальчик Ю. О. Формування корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Участь молоді у розбудові агропромислового комплексу України* : матеріали 31-ї студентської науково-теоретичної конференції, 20-22 березня 2019 р., Миколаїв / Обліково-фінансовий факультет. Миколаїв : МНАУ, 2019. С. 150-152.

124. Перший каталог КСВ-ініціатив 2019 р. / Pro Bono Club Ukraine. URL: https://drive.google.com/file/d/1OKa10p2DJ_4oV_7sJEujAUy_1WQ2IqjD/view

125. Погореленко А. Соціально відповідальне ведення бізнесу: значення та напрями для забезпечення сталого розвитку України. *Соціально відповідальне ведення бізнесу* : зб. матеріалів за результатами Всеукраїнсь-

кого конкурсу наукових робіт / за ред. В. А. Устименка, А. Є. Санченко. Київ : б/в, 2022. С. 111-120.

126. Погуда Н. В., Касторська С. К. Корпоративна соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку туристичного підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_1_19

127. Пушак Я. Я. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті стійкого розвитку підприємств харчової промисловості. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Т. 3, № 2. С. 134-144. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ujae_2018_3_2_16

128. Пушак Я. Я., Лагодієнко В. В. Соціальна відповідальність підприємств харчової промисловості як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2018. № 3. С. 27-35. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apie_2018_3_7

Обґрунтовано необхідність впровадження соціальної відповідальності бізнесу, ключові аспекти та напрямки її реалізації. Визначено основні проблеми та шляхи зростання соціальної відповідальності на підприємствах харчової промисловості. Виробництва харчової галузі визначено ресурсомісткими, які мають велику кількість відходів та є джерелом негативного впливу на навколишнє середовище. Розглянуто ключові показники рівня соціальної відповідальності бізнесу та дано оцінку їх впливу на забруднення навколишнього середовища. Обґрунтовано доцільність врахування концепції соціальної відповідальності в стратегію розвитку підприємств харчової промисловості та запровадження інновацій як головного джерела економічного зростання.

129. Ровенська В. В., Кошова В. Ю., Вержбицький М. І. Корпоративна соціальна відповідальність як скла-

дник стратегії розвитку бізнесу на вітчизняних підприємствах. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. Вип. 5 (1). С. 117-122. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE_print_2019_5\(1\)_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE_print_2019_5(1)_20)

130. Саприкіна М. Бізнес і КСВ: як компанії впроваджують практики соціальної відповідальності // delo.ua. 2020. 26 серпня. URL: <https://delo.ua/business/lilija-sereda-iz-yasno-o-tom-zachem-ritejler-raz-371897>

131. Ситник Й., Юрченко Г. Актуалізація концепції корпоративної соціальної відповідальності в моделі економічного розвитку України. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 24. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-21>

Статтю присвячено актуальним питанням узагальнення основних теоретичних положень та визначенню особливості процесу формування концепції корпоративної соціальної відповідальності в контексті забезпечення сталого розвитку та сприяння соціально-економічному прогресу України. Розглянуто теоретико-методологічні та прикладні аспекти концепції корпоративної соціальної відповідальності. Зокрема, на основі емпіричного аналізу літературних та статистичних джерел та їх узагальнення визначено ознаки та подано авторське трактування сутності концепції корпоративної соціальної відповідальності, розроблено графічну інтерпретацію сутності моделі, продемонстровано її циклічність. Результатом проведеного дослідження стало розширення змістовного наповнення концепції корпоративної соціальної відповідальності за допомогою уточнення підходів до розуміння концепції з позиції різних ключових гравців, переваг зацікавлених сторін, механізмів запровадження корпоративної соціальної відповідальності урядом та підприємствами. Розроблено цілісну модель підходів до трактування й впровадження КСВ різними гравцями.

132. Сіренко Н. М., Бурковська А. В., Лункіна Т. І. Соціальна відповідальність ведення бізнесу в Україні. *Вісник аграрної науки Причорномор'я України*. 2016. № 3 (91). С. 13-19.

133. Стаджі Д. Топ-25 найкращих програм КСВ // Ділова столиця. 2020. 29 липня. URL: https://www.dsnews.ua/ukr/vlast_deneg/top-25-luchshih-programm-kso-27072020-393543

134. Топішко І. І., Топішко Н. П., Галецька Т. І. Соціальна відповідальність підприємства в Україні: проблеми забезпечення та шляхи підвищення. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 12 (1). С. 95-99. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_12\(1\)_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_12(1)_23)

135. Харчук В. Ю., Омелянчук А. Б. Аналіз звітів GRI та КСВ, поданих українськими компаніями. *Modern Economics*. 2020. № 24(2020). С. 200-204. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V24\(2020\)-32](https://doi.org/10.31521/modecon.V24(2020)-32).

Беззаперечним є факт, що питання забезпечення гармонійного розвитку та корпоративної соціальної відповідальності є предметом дебатів як серед наукової спільноти, так і серед представників бізнесу. Одним із ключових моментів є проблематика практичної імплементації ініціатив даних концепцій вітчизняними суб'єктами господарювання. Стаття спрямована на дослідження та аналіз особливостей відображення у звітах українських компаній, ініціатив та заходів із гармонійного розвитку та корпоративної соціальної відповідальності. Запропоновано здійснювати дослідження двох вибірок одночасно: звітів, поданих до Глобальної ініціативи зі звітності (GRI), та звітів, поданих до бази даних CorporateRegister. Аналіз зазначених звітів здійснюється на підставі врахування двадцяти трьох аспектів, що всесторонньо описують концепції гармонійного розвитку та корпоративної соціальної відповідальності. Під-

ставою для підтвердження наявності факту впровадження таких ініціатив на практиці є детально сформульовані заходи, що мають матеріальну форму та опис яких наведений у звіті. Використовуючи такий підхід, стає можливим чітко окреслити аспекти, які набули практичного впровадження у виробничо-господарську діяльність на противагу лише задекларованим ініціативам. На основі аналізу отриманої інформації авторами сформульовано узагальнення на предмет особливостей та упущень наявних у двох типів звітів, поданих вітчизняними підприємствами. На основі порівняльного аналізу отриманих результатів запропоновано висновки щодо загального стану практичної імплементації концепцій гармонійного розвитку та корпоративної соціальної відповідальності у практиці вітчизняних суб'єктів господарювання. Отримані результати будуть цікавими як для науковців, що займаються дослідженням означених концепцій, так і представникам бізнес-середовища, які активно займаються пошуком сучасних концепцій, спрямованих на підтримання багатовекторного та довгострокового розвитку.

136. Христенко О. А., Федорчук Т. С. Соціальна відповідальність аграрного бізнесу. *Соціально-економічна політика та адміністрування у сфері регіонального розвитку України* : збірник тез Всеукраїнської науково-практичної конференції, 3-5 квітня 2019 р. Миколаїв : МНАУ, 2019. С. 141-144. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/6219>

137. Brin P., Lombardi R., Nehme M. N., Tiscini R. Corporate social responsibility, competitiveness and sustainability in emerging economies: The case of Ukraine. *International Journal of Management and Decision Making*. 2022. Vol. 21 (4). P. 379-401. DOI: <https://doi.org/10.1504/ijmdm.2022.125936>

During the last decades, corporate social responsibility (CSR) has evolved after it passed critical academic and practical milestones. CSR is contributing to the corporate sustainability strategy and competitiveness. In this scenario, we aim to assess companies operating in different industries in Ukraine applying CSR approaches to verify changes in their competitiveness using key numerical indicators to ensure corporate sustainability. Adopting a qualitative methodology, we investigate a relative dimension changes assessment emphasising a set of key indicators. We conclude that the CSR approach can enhance the company competitiveness and sustainability at a faster rate compared with not adopting any CSR approach. Our results are directed to academics and practical communities.

138. Chyzh V., Sakhno T. Corporate social responsibility in the development of territorial communities of Ukraine. *European Journal of Sustainable Development*. 2020. Vol. 9 (3). P. 39-50. DOI: <https://doi.org/10.14207/ejsd.2020.v9n3p39>

Main modern society trends tend to transfer a number of government functions to business structures. Accordingly, discussions about the social dialogue between government and business are being arisen in the scientific community. Therefore, there is the enhanced relevance of the problem of social partnership among government, business, and employees. This requires the development of various versions of the corporate social responsibility concept. The article deals with the problem of an integrated approach to the essence of corporate social responsibility. Enterprises and authorities of territorial communities characterized by conflicting interests are determined to be the economic agents of corporate social responsibility. To reach the consensus between them, a system of corporate social responsibility management is proposed. To determine the impact of business entities on the development of territorial

communities of Ukraine in the direction of improving the economic security of the territory as part of the social responsibility of modern business, the main structural activity indicators of business entities in Cherkasy region are analyzed. The results of the analysis revealed many problems in assessing such impacts. These are the absence of unified forms of social non-financial reporting as well as a non-systemic enterprise engagement in the development of the territory. To quantify the impact of business entities, an integrated impact coefficient of social responsibility of an individual business structure on the development of the territorial community is proposed. The coefficient determines the impact of the business structure on the economic growth of the territorial community, the environmental situation in the region, the level and the quality of life.

139. Danylevych N., Poplavska O. Social responsibility and social partnership in the 4th industrial revolution context: Case of Ukraine. [Responsabilidad social y asociación social en el contexto de la 4ª revolución industrial: El caso de Ucrania] *REVESCO Revista De Estudios Cooperativos*. 2020. Vol. 135. P. 1-18. DOI: <https://doi.org/10.5209/REVE.69185>

Work, social and labor relations are changing rapidly under the influence of innovation. This is especially true today when the 4th industrial revolution and the digitalization expose social problems all over the world: environmental risks, an inconsistency between the quality of the workforce and the needs of the market, the deep stratification of the society and the growth of the poverty rate, etc. The authors in their article demonstrate the possibility and necessity to use social dialogue tools in order to solve global problems. To this end, it was proposed to implement the Sustainable Development Goals into the corporate social responsibility model through social dialogue. Having studied the interrelations of social dialogue

and corporate social responsibility in the digital economy environment, the authors have built a theoretical model of digitalization opportunities that would affect the efficiency of social partnership. The article also proposes a methodology for assessing the quality of social dialogue, which consists of a number of indicators, including: the wages potential, the risk of unstable employment index, the general indicator of working conditions, the satisfaction with the social dialogue index. Based on the results of a qualitative analysis of social dialogue and content analysis of social labor contracts and agreements in Ukraine, the authors have designed a model of the innovation platform and experience for CSR projects and suggested ways to use digitalization opportunities to improve the quality of social dialogue and increase the efficiency of corporate social responsibility.

140. Development of corporate social responsibility in business as a factor of fiscal decentralization / V. Baranova and etc. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*. 2021. Vol. 8 (3). P. 411-424. DOI: <https://doi.org/10.15549/jeccar.v8i3.760>

The purpose of this study was to substantiate the nature of the influence and sustainability of corporate social responsibility (CSR) on the effectiveness of the fiscal decentralization of local government in Ukraine. The estimates of CSR indicators for 490 enterprises were derived from the results of a questionnaire, and the structure of directions for implementing a socially oriented approach in Ukrainian business was determined. Functions of the dependence of indicators of the effectiveness of local authority financial decentralization on CSR development were constructed using linear regression methods and considering the time lag. A stimulating but not sustainable impact of business CSR on increasing the financial base of local budgets in decentralization was identified. The time lag hurts the growth of the company's tax payments due to the

growth of the level of CSR. The results obtained from this study can be used to form local government efficiency strategies to initiate CSR development in businesses.

141. Lobachevska G., Daub C. The role of corporate social responsibility in the decision-making process of consumers in Ukraine. *Innovative Marketing*. 2021. Vol. 17 (1). P. 78-93. DOI: [https://doi.org/10.21511/im.17\(1\).2021.07](https://doi.org/10.21511/im.17(1).2021.07)

This paper aims to investigate the impact of Corporate Social Responsibility (CSR) of Fast Moving Consumer Goods (FMCG) companies on consumer buying behavior in the Ukrainian market. The qualitative data for this study were collected with the help of semi-structured interviews conducted with a total of 10 respondents, including 5 Ukrainian consumers (with different levels of responsible consumption adoption) and 5 CSR experts from FMCG companies located in Ukraine (both local and global; with CSR adoption level varying from low to well-developed). The data obtained for this study revealed that the level of consumer awareness about CSR in Ukraine is still low. However, the level of awareness and the actual consumption of responsible products are constantly growing. The results also show that Ukrainian consumers who already have some level of awareness about CSR perceive CSR communication as more credible when it does not originate from the company directly or is endorsed by a third party. At the same time, interviewed experts stated that to raise awareness among the wider population, FMCG companies have to communicate their CSR achievements directly and massively. Ukrainian consumers are mostly impacted by the product-related CSR type, such as bio-ingredients and sustainable packaging. Price premium for responsible products is the key factor that causes the “intention-behavior gap” in Ukraine. Practitioners from the FMCG industry in Ukraine may use the information provided by this study to shape their CSR

strategies, which will allow them to cater to societal demands and, as a result, impact consumer buying behavior.

142. Lunkina T., Burkovskaya A. The development of socially responsible business of Ukraine. *British journal of science, education and culture*. 2015. № 1 (7), January-june, vol. III. P. 385-391.

143. Modernization of social dialogue as an imperative for developing social responsibility by business organizations in Ukraine / H. Lopuschnyak and etc. *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19 (1). P. 487-498. DOI: [https://doi.org/10.21511/PPM.19\(1\).2021.41](https://doi.org/10.21511/PPM.19(1).2021.41)

The relevance of the paper is determined by the need to modernize social dialogue in Ukraine as a means of increasing the social responsibility of business organizations and a prerequisite for the country's sustainable socio-economic development. The paper is aimed at reviewing and systematizing effective practices of modernization of social dialogue, which are revealed in the publications of foreign and Ukrainian scientists, high-ranking officials and public figures. These practices are considered from the standpoint of their expediency and the possibility of their implementation in the processes of social interaction of organizations of employees, employers and public authorities in Ukraine. A review of the foreign experience in organizing social dialogue convincingly demonstrates a fairly high level of efficiency in the European Union, which contributes to achieving a balance of interests of major economic actors, increasing their social responsibility. For Ukraine, it is expedient to introduce the European practice of the so-called broad approach to the organization of social dialogue, which provides for the expansion of its subjects at the expense of representatives of territorial entities, environmental, women's, youth, cultural and other public organizations. The

involvement of local governments, public and NGOs in solving the most important socio-economic problems will contribute to the spread of the practice of differentiating between social and public dialogue. In Ukraine, employee participation in corporate governance should be strengthened, access to shareholder income should be expanded, and institutional tools for regulating the collective bargaining process should be improved.

Авторський покажчик

- А**
 Агавердієва Х. Ф. 46
 Антошкін В. К. 79
- Б**
 Бержанір А. Л. 47, 80
 Бержанір І. А. 47
 Білоус О. 1
 Борисенко А. 81
 Бородавська І. І. 2
 Бочарова Н. А. 48
 Буковинська М. П. 49
 Бурковська А. В. 29, 64, 101,
 102, 103, 132
 Бурковська А. І. 64
 Буряк Р. 82
- В**
 Василенко М. Ю. 122
 Васильєва Т. С. 30
 Васильєва Ю. А. 4
 Велічко К. 7
 Вержбицька М. І. 50
 Вержбицький М. І. 129
 Вісин В. В. 31
 Власова К. В. 83
 Власюк І. М. 121
 Ворончак І. О. 3
 Воронько-Невіднича Т. В. 4
- Г**
 Галецька Т. І. 134
 Гарбар Ж. В. 5
 Гасленко К. С. 28
 Гнатишин Л. 51
 Гордєєв О. 108
 Горева А. С. 73
 Горохова Т. 109
 Гудзинський О. Д. 84
 Гузар У. 119
- Гурочкін В. В. 52
- Д**
 Дерев'яно Т. А. 53, 54
 Деліні М. М. 6, 55
 Дюк А. А. 56, 85, 86, 87
- Є**
 Свтушенко В. А. 57
- Ж**
 Жмай О. В. 69
 Жосан Г. В. 112
 Жуковська А. 7
- З**
 Заєц С. В. 112
 Зелениук-Джунь Л. 8
 Зіброва О. В. 9
 Золотарьова О. В. 10
- І**
 Іванісов О. В. 46
 Іванова Т. В. 23
 Іваськевич М. В. 113
 Ігнатенко М. М. 58, 88
 Ігнатєва І. А. 11
- К**
 Каземирчик М. 114
 Каленіченко Л. І. 12
 Калинець К. С. 13
 Камишнікова Е. В. 14
 Касич А. О. 15
 Касторська С. К. 126
 Кацьора О. В. 59
 Клименко І. М. 16
 Клімова А. М. 116
 Коваленко Г. О. 4
 Коваленко Є. В. 115
 Коваленко О. М. 60
 Колосок А. М. 89

Колот А. М. 17
 Кондратюк О. М. 73
 Костирко І. 51
 Костирко Р. О. 61
 Кошова В. Ю. 129
 Кравцов С. С. 116
 Кравченко Л. В. 52
 Крюкова І. О. 62, 90
 Кубарева М. В. 75
 Кузьмін О. Є. 18
 Курінько Р. 117

Л

Лагодієнко В. В. 128
 Лагута Я. М. 63
 Лебедева В. К. 10
 Лебединська О. С. 46
 Лешко Х. С. 118, 119
 Лосовська Н. В. 32
 Лункіна Т. І. 19, 20, 29, 64, 91,
 92, 93, 94, 95, 96, 97, 101, 102,
 103, 120, 121, 132

М

Мазур К. В. 5
 Мазуренок О. Р. 65, 66
 Малецька О. 51
 Маліновська О. Я. 21
 Марковська Т. С. 98
 Мартинюк Я. М. 31
 Марущак Н. В. 22
 Мостенська Т. Г. 5

Н

Надейко М. М. 35, 67
 Насад Н. В. 68

О

Оваденко В. 82
 Омелянчук А. Б. 135
 Орлова Н. В. 69
 Охота Н. В. 122
 Охріменко О. О. 23

П

Пальчик Ю. О. 123
 Папуша Є. 70
 Пасічник В. В. 11
 Пахуча Е. В. 99
 Перезовова І. 24
 Письменна О. О. 70
 Плекан У. М. 65, 66
 Погореленко А. 125
 Погуда Н. В. 126
 Поляруш Н. 100
 Помаз О. М. 4
 Пономаренко Р. А. 49
 Пономарьова М. С. 99
 Поплавська О. В. 71
 Прозоров Д. В. 61
 Прокопишин О. 51
 Пушак Я. Я. 127, 128
 Пшенична О. 27

Р

Ровенська В. В. 129
 Ромашко О. М. 72
 Руденко О. В. 73

С

Саприкіна М. 130
 Сардак С. Е. 28
 Себестянович І. С. 21
 Ситник Й. 131
 Сіренко Н. М. 29, 101, 102, 103,
 132
 Смачило В. В. 30
 Сомова Л. І. 70
 Стаджі Д. 133
 Станасюк Н. С. 18
 Сторощук Х. 24
 Стояненко В. О. 15
 Стратійчук В. 74
 Судомир С. М. 84
 Сушик І. В. 31
 Сушик О. Г. 31

- Т**
- Ткаченко Н. В. 32
 Топішко І. І. 134
 Топішко Н. П. 134
 Трум О. Ю. 33
 Трут О. О. 34
- У**
- Уголькова О. З. 18
- Ф**
- Федорчук Т. С. 136
- Х**
- Халіна В. Ю. 30
 Харчук В. Ю. 135
 Хілуха О. А. 35
 Холявка В. 119
 Христенко О. А. 136
- Ц**
- Цегельник Н. 36
 Цибульська Е. І. 75
- Ч**
- Чабаненко О. О. 113
 Чебан Ю. Ю. 76
 Чепель І. В. 37
- Ш**
- Шевчук В. О. 77
 Широка А. І. 97
 Щепиліна А. К. 48
- Ю**
- Юрченко Г. 131
- А**
- Alhmoudi R. S. 38
- В**
- Varanova V. 140
 Vrin P. 137
 Burkovskaya A. 78, 106, 142
- С**
- Caputo F. 38
 Carungu J. 43
 Chyzh V. 138
- Д**
- Danylevych N. 139
 Daub C. 141
 Denyshchenko L. 140
 Dutchak O. 140
- Е**
- Feoktistova I. R. 104
- Г**
- Galimullina N. M. 104
 Guo S. 40
- Н**
- Hwang S. 40
- І**
- Iandolo F. 38
 Iastremska O. 143
- Ж**
- Jin F. 40
- К**
- Kitsak T. 143
 Kolodiychuk V. 107
 Kolosok A. M. 105
 Korshunova O. N. 104
 Kuah A. T. H. 44
 Kulinich T. 140
 Kumar R. S. 45
- Л**
- Lattanzi N. 43
 Linnanen L. 42
 Lobachevska G. 141
 Lombardi R. 137
 Lopuschnyak H. 143
 Lunkina T. 79, 106, 142

M

Marshavin Y. 143
Mikkilä M. 42

N

Nehme M. N. 137
Nikitin Y. 143

P

Panapanaan V. 42
Patuelli A. 43
Pillai R. D. 44
Poplavska O. 139
Prasad A. A. 45

R

Riso T. 38

S

Sakhno T. 138
Singh S. K. 38
Sirenko N. 106

T

Tiscini R. 137

W

Wang C. L. 40
Wang P. 44

Y

Yatsiv I. 107

Z

Zhou L. 40
Zvonar V. 140

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	3
ВСТУП	5
Розділ 1. Теоретичні та організаційно-правові основи соціальної відповідальності бізнесу за забезпечення соціальної відповідальності	7
Розділ 2. Облік, аудит, аналіз та оцінка корпоративної соціальної відповідальності	30
Розділ 3. Особливості соціальною відповідальністю бізнесу в аграрному секторі	43
Розділ 4. Напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні	58
АВТОРСЬКИЙ ПОКАЖЧИК	74

Соціальна відповідальність українського бізнесу

Рекомендаційний покажчик літератури

Укладач: **Ткаченко** Діна Віталіївна

Редактори: О. Г. Пустова, О. О. Цокало

Комп'ютерний набір: Д. В. Ткаченко

Дизайн і верстка: Д. В. Ткаченко

Формат Ум. друк. арк.
Тираж ___ прим. Зам. № ___

Надруковано у видавничому відділі
Миколаївського національного аграрного університету
54020, м. Миколаїв, вул. Г. Гонгадзе, 9

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4490 від 20.02.2013 р.

Адреса бібліотеки МНАУ:
54020, м. Миколаїв, вул. Генерала Карпенко, 73

Адреса сайту: lib.mnau.edu.ua