

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-150>

УДК 005

КОРПОРАТИВНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА СТАЛІСТЬ В БІЗНЕСІ: ЗБАЛАНСОВАНИЙ ПІДХІД ДО ПРИБУТКУ ТА СОЦІАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ

CORPORATE RESPONSIBILITY AND SUSTAINABILITY IN BUSINESS: A BALANCED APPROACH TO PROFIT AND SOCIAL VALUES

Обріза Олег Богданович

аспірант,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-1333-2279>**Чернобай Ліана Іванівна**

кандидат економічних наук, професор, професор кафедри,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3200-0470>**Obriza Oleh, Chernobay Liana**

Lviv Polytechnic National University

Корпоративна відповідальність стала однією з найважливіших тем у сучасному бізнесі. Компанії дедалі більше усвідомлюють свою роль суспільстві і вплив, що вони надають довкілля, економіку і людей. В результаті розвивається поняття корпоративної відповідальності (CSR), яка включає широкий спектр дій, спрямованих на облік інтересів усіх зацікавлених сторін. У цій статті ми розглянули різні види корпоративної відповідальності: етичну, економічну, юридичну, екологічну, соціальну, культурну, політичну. Крім того, розглянуто їх роль у сучасному бізнесі. Охарактеризовано важливість соціальної відповідальності підприємств сучасного бізнесу. Досліджено значення стійкого розвитку для бізнесу. Корпоративна відповідальність та стійкість у бізнесі тісно пов'язані один з одним. Компанії, які практикують корпоративну відповідальність, зазвичай також прагнуть стійкості в бізнесі, а компанії, які практикують стійкість, часто також виявляють корпоративну відповідальність.

Ключові слова: корпоративна відповідальність, сталість, бізнес, прибуток, соціальні цінності, корпоративна соціальна відповідальність.

Corporate responsibility has become one of the most important topics in modern business. Companies are increasingly aware of their role in society and the impact they have on the environment, economy and people. As a result, the concept of corporate responsibility (CSR) is developing, which includes a wide range of actions aimed at taking into account the interests of all interested parties. In this article, we considered various types of corporate responsibility: ethical, economic, legal, environmental, social, cultural, political. In addition, their role in modern business is considered: survival in an unstable economic environment, attraction and retention of customers, innovation and development. It was determined that in order to achieve sustainability in business, it is necessary to adhere to the following principles: care for the environment and minimization of negative impact on it; social responsibility and taking into account the interests of interested parties; efficient use of resources and reduction of waste; innovativeness and ability to adapt to changes. The importance of social responsibility of modern business enterprises is characterized. The importance of sustainable development for business has been studied. In the modern business world, one has to face a number of difficulties and challenges. One such challenge is the need to balance profit and social values. More and more companies are realizing that it is just as important to care about their financial success as it is about their contribution to society and the environment. As a result, the concept of corporate responsibility and sustainability in business emerges. A balanced approach to profit and social values in the context of social responsibility means that a company considers not only its financial performance, but also its social responsibility. This implies that the company strives to achieve profit, but at the same time takes into account its obligations to society and the environment. Corporate responsibility and sustainability in business are closely related to each other. Companies that practice corporate responsibility usually also seek sustainability in business, and companies that practice sustainability often also demonstrate corporate responsibility.

Key words: corporate responsibility, sustainability, business, profit, social values, corporate social responsibility.



Постановка проблеми. У світі поняття «корпоративна відповідальність» і «стійкість у бізнесі» відіграють дедалі значиму роль. Більше немає сумнівів у тому, що успішне підприємство має не лише приносити високий прибуток, а й враховувати соціальні цінності та впроваджувати балансований підхід до своєї діяльності.

Корпоративна відповідальність означає, що компанія, окрім зобов'язань перед акціонерами та партнерами, також враховує вплив своїх дій на довкілля, суспільство та широку громадськість. Це проявляється у реалізації різних програм, вкладених у зниження екологічного впливу, поліпшення умов праці, підтримку освіти та культури.

Проте одного поняття корпоративної відповідальності недостатньо. Для сталого розвитку в сучасному світі потрібен збалансований підхід до прибутків і соціальних цінностей. Це означає, що компанія має робити ставку не лише на максимізацію прибутку, а й на довгострокове збереження своєї конкурентоспроможності шляхом урахування інтересів усіх зацікавлених сторін.

Важливим моментом є впровадження етичних засад у всіх аспектах бізнесу. Компанія повинна прагнути не тільки до задоволення потреб споживачів, але й до створення позитивного іміджу, запровадження принципів прозорості, справедливості та сумлінності у свою діяльність.

Надійна стійкість у бізнесі також потребує детального вивчення впливу на суспільно-економічні чинники. Компанія повинна бути відкритою до інновацій, готовою адаптуватися до ринкових умов, що змінюються, і розробляти стратегії, які дозволять їй успішно долати перешкоди і досягати сталого зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

А. М. Колот, О. А. Грішнова [8] досліджували феномен соціальної відповідальності суб'єктів суспільства на всіх рівнях – особистісному, корпоративному, інституціональному та державному. А. Колот [5] розглядав теоретичні засади корпоративної соціальної відповідальності у контексті формування та еволюції світової економічно і думки. А. М. Гриненко [4] розкрила сутність соціальної відповідальності банківських установ, яка проявляється через їх надійність; прозоре ведення бізнесу; надання високоякісних послуг; забезпечення гідними робочими місцями з належними умовами праці; дотримання принципів екологічної відповідальності; благодійництво та спон-

сорство. С. Я. Король [6] висвітлив теоретичні засади формування соціальної відповідальності бізнесу, соціальні аспекти еволюції та соціально-орієнтовані концепції бухгалтерського обліку, виклав теоретичні основи і методологічні засади бухгалтерського обліку на соціально відповідальному підприємстві та розглянув складання нефінансової звітності. Н. А. Супрун [9] дослідила засади, напрями та механізми корпоративної соціальної відповідальності як чинника соціального залучення та реалізації цілей стратегії економічного розвитку «Європе-2020». Наукові роботи Д. С. Букреєвої [3] присвячені актуальним питанням у сфері соціальної відповідальності бізнесу як фактору забезпечення ділової активності та її розвитку в Україні у сучасних реаліях. В. П. Мазуренко [7] розглянув основні методологічні підходи до формування сучасної концепції корпоративної відповідальності у міжнародному бізнесу, її генеза, розкрив сутнісні характеристики та структуру КСВ.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на ґрунтовні дослідження науковців стосовно питання корпоративної відповідальності все ще залишається актуальним вивчення складових елементів моделі видів корпоративної відповідальності.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Дослідити значення корпоративної відповідальності та її видів, роль стійкого розвитку в бізнесі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Теоретичні підходи до осмислення категорії «відповідальність» зустрічаються в роботах мислителів різних епох. Відповідальність органічно включена на всю сукупність різноманітних відносин особистості та суспільства, у всі сфери життєдіяльності людей, у всі форми суспільної індивідуальної свідомості. У філософському розумінні відповідальність – це поняття, що відображає об'єктивний, історично конкретний характер взаємовідносин між особистістю, колективом, суспільством з точки зору свідомого здійснення пред'явлених до них взаємних вимог. Відповідальність як категорія етики – це відповідність моральної діяльності особистості її обов'язку, що розглядається з погляду можливостей особистості, її позиції чи особистісної риси. Як етико-правова категорія, відповідальність фіксує залежність особистості від соціального оточення, суспільства, держави та означає ступінь відповідності індивідуальної поведінки існуючим нормативним зразкам.

Розглянута з позиції соціології, відповідальність інтерпретується як обов'язок і готовність суб'єкта відповідати за скоєні дії, вчинки та їх наслідки. Соціальна відповідальність – це елемент взаємодії індивідів, організацій між собою, що бере до уваги певні очікування навколишнього соціального середовища і усвідомлює свій обов'язок перед суспільством, враховуючи соціальні норми, цінності, закони, що склалися. Відповідальним може бути не лише індивід, але й соціальна група, суспільство.

Розрізняють сфери та форми індивідуальної та колективної відповідальності, тобто, відповідальності держави, корпорації тощо. Корпорація сучасної України використовується як синонім великих суб'єктів господарювання, утворених на акціонерній основі з метою отримання комерційної вигоди. Отже, відповідальність корпорації як суб'єкта економічної, політичної, соціальної діяльності передбачає готовність відповідати за скоєні вчинки та їх наслідки, а також здатність брати участь у житті суспільства у масштабах діяльності та свого впливу. Звідси випливає поняття «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ).

Теоретичні передумови розуміння КСВ в економічних науках згадуються в працях різних науковців. На сьогодні розуміння феномена КСВ трактується у вузькому та широкому значенні. На думку представників класичної школи, соціальна відповідальність проявляється у здійсненні діяльності спрямованої на збільшення свого прибутку, за дотримання законодавства, кодексів компаній, акцентуючи увагу на тому, що питання розвитку суспільства загрожують конкуренції, економічній свободі та підривають основи ринкової економіки. Основу широкого розуміння КСВ як великих обов'язків стосовно суспільства заклав американський економіст Г. Боуен [1], який стверджував, що обов'язком бізнесменів є здійснення такої політики, прийняття таких рішень або дотримання тієї лінії поведінки, які були б бажані з позиції цілей і цінностей суспільства. Істотний внесок у розвиток категорії КСВ зробили такі автори, як Г. Боуена [1], А. Керолл [2] та ін. Але саме підхід А. Керолла набув широкого резонансу з надання логічної послідовності концепціям попередників, визначив форми сучасних економічних досліджень у галузі КСВ. За А. Кероллу, соціальна відповідальність бізнесу включає економічні, юридичні, етичні, а також дискреційні очікування, які суспільство пред'являє організа-

ціям у певні моменти. Однак останнім часом підхід А. Керолла був схильний до жорсткої критичної оцінки, вказуючи на те, що філантропія не може розглядатися як відповідальність сама по собі, а можливість віднести філантропічну відповідальність до етичної або економічної відповідальності вважається більш прийнятною та обґрунтованою, бо благодійність заснована на етичному або має економічну мотивацію. У 2003 р. «піраміда Керолла» набула форми моделі, в якій показано взаємодію економічного, юридичного та етичного аспектів відповідальності (рис. 1).

Етична відповідальність – це сфера корпоративної відповідальності, пов'язана з урахуванням моральних принципів та цінностей у всіх аспектах бізнесу. Компанія має дотримуватись високих стандартів етики у всіх аспектах своєї діяльності. Це включає чесність, справедливість та повагу до прав та інтересів усіх зацікавлених сторін. Етична відповідальність вимагає від ділової практики відповідності очікуванням суспільства, заснованим на прихильності до ряду етичних стандартів або моральних принципів. Однак важко виділити суто етичні мотиви, тому що неможливо повною мірою знати мотиви ухвалення рішення та їх наслідки.

Економічна відповідальність – це сфера корпоративної відповідальності, пов'язана з урахуванням та підтримкою економічних інтересів суспільства та держави. Компанії, які здійснюють економічну відповідальність, створюють нові робочі місця, розвивають регіональну економіку, сплачують податки та внески до бюджету, співпрацюють із місцевими постачальниками та підприємствами. Це сприяє сталому розвитку суспільства та підвищенню добробуту всіх його членів.

Юридична відповідальність – це сфера корпоративної відповідальності, пов'язана

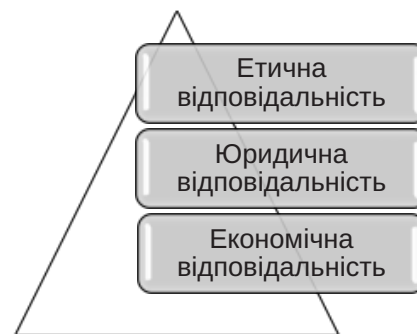


Рис. 1. «Піраміда Керолла»

Джерело: [2]

з дотриманням законодавства та правових норм. Компанії, які здійснюють юридичну відповідальність, діють відповідно до закону, дотримуються прав та інтересів своїх співробітників, клієнтів, партнерів та суспільства. Вони також попереджають та припиняють будь-які порушення закону, у тому числі корупцію, шахрайство та порушення конкуренції.

Корпоративна відповідальність стала однією з найважливіших тем у сучасному бізнесі. Компанії дедалі більше усвідомлюють свою роль у суспільстві і вплив на довкілля, економіку і людей. Тому в нинішніх умовах ведення бізнесу до складових моделі «піраміди Керолла» було додано інші види корпоративної відповідальності (рис. 2).

Екологічна відповідальність – це сфера корпоративної відповідальності, пов'язана з урахуванням та мінімізацією шкідливого впливу на довкілля. Компанії, що здійснюють екологічну відповідальність, впроваджують сучасні технології для зниження викидів та забруднень, використовують енергозберігаючі рішення, залучаються до проектів з охорони природи та раціонального використання ресурсів. Такі дії допомагають компаніям не лише скоротити свій негативний екологічний слід, а й заощадити ресурси та гроші.

Соціальна відповідальність – це сфера корпоративної відповідальності, пов'язана

з урахуванням та задоволенням соціальних потреб та очікувань суспільства. Компанії, які здійснюють соціальну відповідальність, активно взаємодіють із суспільством, підтримують благодійні та соціальні програми, спонсорують культурні та спортивні заходи, надають волонтерську допомогу тощо. Такі дії допомагають компаніям створити позитивне враження про себе та покращити свою репутацію.

Культурна відповідальність – це сфера корпоративної відповідальності, пов'язана з повагою та підтримкою культурної спадщини та різноманіття. Компанії, які здійснюють культурну відповідальність, беруть участь у збереженні та розвитку культурних цінностей, традицій та спадщини. Вони підтримують та спонсорують мистецтво, літературу, музику, театр та інші культурні проекти, а також поважають різні культурні звички та традиції у своїй діяльності.

Політична відповідальність – це сфера корпоративної відповідальності, пов'язана з участю та впливом на політичні процеси та прийняття політичних рішень. Компанії, які здійснюють політичну відповідальність, беруть активну участь у політичному житті, співпрацюють з державними органами та політичними партіями, висловлюють свою позицію з важливих політичних питань та



Рис. 2. Види корпоративної відповідальності

Джерело: складено автором за [2; 4; 5; 8]

беруть участь у розробці політичних рішень, що сприяють сталому розвитку суспільства.

У сучасному світі все більше компаній розуміють, що прибуток та соціальні цінності можуть бути взаємопов'язані та взаємовигідні. Соціальна відповідальність стає невід'ємною частиною успішного бізнесу, вона є концепцією, у межах якої компанія приймає на себе зобов'язання з обліку інтересів суспільства та оточуючого середовища в своїй діяльності. Це означає, що компанія не тільки прагне отримати прибуток, а й враховує свою відповідальність перед широким загалом.

Прибуток є основною метою будь-якого комерційного підприємства. Він дозволяє компанії зростати та розвиватися, залучати інвестиції та створювати нові робочі місця. Без прибутку бізнес не зможе вижити у конкурентному середовищі. Однак, лише прибуток не може бути єдиною мотивацією для компанії. Соціальні цінності відіграють важливу роль у формуванні іміджу компанії та відносинах з клієнтами, партнерами та співробітниками. Компанії, які віддають перевагу соціальним цінностям, можуть встановити довгострокові відносини з клієнтами та створити міцну репутацію.

Збалансований підхід до прибутку та соціальних цінностей передбачає те, що компанія прагне отримати прибуток, але при цьому враховує свою соціальну відповідальність. У такому підході компанія розглядає прибуток та соціальні цінності як взаємопов'язані та взаємозалежні аспекти своєї діяльності.

Багато компаній вже успішно впровадили соціальну відповідальність у свою стратегію розвитку. Вони працюють зі стійкими матеріалами, проводять програми збору та переробки відходів та регулярно беруть участь у благодійних акціях. Соціальна відповідальність підприємств (CSR) стала невід'ємною частиною сучасного бізнесу, і є вагомим причиною, чому це стало важливим.

По-перше, соціальна відповідальність підприємств сприяє покращенню репутації компанії. Коли компанія дбає про навколишнє середовище, про здоров'я та благополуччя своїх співробітників, вона стає більш привабливою для потенційних клієнтів та інвесторів. Люди прагнуть співпрацювати з компаніями, які демонструють турботу про соціальні проблеми та роблять внесок у вирішення глобальних викликів.

По-друге, запровадження соціальної відповідальності допомагає компаніям знизити ризику та уникнути конфліктів із зацікавлен-

ними сторонами. Коли компанія бере відповідальність за свої дії, вона знижує можливі негативні наслідки, такі як санкції, штрафи або втрата довіри з боку клієнтів та громадськості. Крім того, компанії, які інтегрують соціальну відповідальність у свою діяльність, можуть легше адаптуватися до вимог законодавства, що змінюється.

По-третє, соціальна відповідальність підприємств сприяє покращенню внутрішньої корпоративної культури та мотивації співробітників. Коли співробітники бачать, що компанія дбає про їх благополуччя та навколишнє середовище, вони почуваються більш цінними та мотивованими. Це допомагає покращити роботу колективу, підвищити продуктивність та знизити плинність кадрів.

Соціальна відповідальність підприємств сприяє сталому розвитку суспільства загалом. Коли компанії беруть активну участь у вирішенні соціальних проблем, вони сприяють створенню відповідного середовища для всіх учасників суспільства. Це може включати створення робочих місць, підтримку освіти, культури та науки, а також вирішення екологічних та соціальних проблем.

Збалансований підхід до прибутку та соціальних цінностей у контексті соціальної відповідальності означає, що компанія враховує не лише свою фінансову продуктивність, а й свою соціальну відповідальність. Мається на увазі, що компанія прагне отримати прибуток, але при цьому враховує свої зобов'язання перед суспільством та довкіллям. Наприклад, компанія може встановлювати цілі щодо скорочення викидів шкідливих речовин, поліпшення умов праці або збільшення вкладу у благодійні організації. Цей підхід може допомогти компанії створити довгострокові відносини з клієнтами, партнерами та співробітниками, а також зміцнити свою репутацію як соціально відповідальну організацію.

У наш час, що швидко змінюється, бізнес повинен бути готовий до будь-яких викликів і несподіванок. Стійкість стала ключовим поняттям у сучасному бізнесі. Стійкість у бізнесі означає здатність компанії зберігати свою конкурентоспроможність та прибутковість протягом тривалого часу, враховуючи вплив економічних, соціальних та екологічних факторів. Це означає, що бізнес не тільки прагне отримати прибуток, а й приділяє увагу своєму впливу на довкілля та суспільство загалом.

Для досягнення стійкості у бізнесі необхідно дотримуватись кількох ключових принципів:

- Турбота про довкілля та мінімізація негативного впливу на неї.
- Соціальна відповідальність та облік інтересів зацікавлених сторін.
- Ефективне використання ресурсів та скорочення відходів.
- Інноваційність та здатність адаптуватися до змін.

Стійкість у бізнесі – це здатність компанії протистояти змінам, кризам та нестабільності, зберігаючи свою конкурентоспроможність та прибутковість. Вона включає адаптивність до змін зовнішнього середовища, гнучкість у прийнятті рішень і вміння швидко реагувати на проблеми, що виникають:

1. Виживання у нестабільному економічному середовищі. Бізнес-оточення постійно змінюється, і компанії, які не здатні пристосуватися до нових умов, ризикують опинитися на межі виживання. Стійкість дозволяє компанії зберігати стабільність та успішно функціонувати, навіть у періоди економічного спаду чи інших криз.

2. Залучення та утримання клієнтів. Стійкість у бізнесі також має пряме відношення до залучення та утримання клієнтів. Безперервність і надійність – це те, що клієнти найбільше цінують. Компанія, яка може гарантувати постійну якість продуктів чи послуг, а також надійну підтримку та своєчасне виконання зобов'язань, матиме перевагу перед конкурентами.

3. Інновації та розвиток. Стійкість не означає лише збереження статус-кво, а й здатність до інновацій та розвитку. Компанії, які готові змінюватися та пристосовуватися до нових трендів та технологій, мають більше шансів на успіх у довгостроковій перспективі. Стійкі компанії інвестують у дослідження та розробки, щоб залишатися на передовій позиції у своїй галузі.

Висновок. Корпоративна відповідальність – це практика бізнесу, яка полягає в

тому, щоб брати до уваги не лише економічні показники, а й соціальні та екологічні чинники. Компанії, які практикують корпоративну відповідальність, прагнуть створити сприятливі умови для своїх співробітників, споживачів, суспільства загалом та навколишнього середовища. Корпоративна відповідальність може включати різні аспекти, такі як етичні бізнес-практики, соціальні програми, управління відходами і енергоефективність. Більше того, вона може призвести до створення робочих місць, підтримки освіти та культури, покращення умов життя в місцевих спільнотах та боротьби зі зміною клімату.

Стійкість у бізнесі означає створення стратегій та процесів, які дозволяють компаніям досягати успіху не лише сьогодні, а й у майбутньому. Вона включає в себе економічні, соціальні та екологічні аспекти діяльності, щоб компанія могла протистояти змінам та викликам зовнішнього середовища. Ключовими елементами стійкості у бізнесі є ефективне управління ресурсами, включаючи енергію та воду, зменшення викидів та відходів, а також продуктивне використання технологій та інновацій. Компанії, що практикують стійкість, прагнуть скоротити свій негативний екологічний слід та підвищити свою соціальну відповідальність.

Корпоративна відповідальність та стійкість у бізнесі – це процес, що потребує постійного розвитку та вдосконалення. Компанії, які намагаються бути в лідерах, повинні постійно аналізувати свої результати, вивчати нові підходи та знаходити баланс між прибутком та соціальними цінностями. Корпоративна відповідальність та стійкість у бізнесі стають дедалі важливішими аспектами успішного підприємництва. Балансований підхід до прибутку та соціальних цінностей дозволяє компаніям не лише досягати фінансового успіху, а й створювати сприятливі умови для суспільства та для себе.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Bowen H. R. Social responsibilities of the businessman. NewYork : Harper& Row, 1953. 298 p.
2. Carroll A. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*. 1991. № 34(4). P. 39–48.
3. Букреева Д. С. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1316/1271/> (дата звернення: 06.02.2024).
4. Гриненко А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: теоретико-методологічний аспект оцінювання соціальної діяльності. *Формування ринкової економіки* : зб. наук. пр. Спец. вип. Праця в XXI столітті: новітні тенденції, соціальний вимір, інноваційний розвиток : у 2 т. Т. 2. Київ : КНЕУ, 2012. С. 58–68.

5. Колот А. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Економічна теорія*. 2013. № 4. С. 5–27.
6. Король С. Я. Соціальна відповідальність бізнесу: теорія та методологія обліку : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 416 с.
7. Мазуренко В. П., Засенко О. Ю. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі. *Ефективна економіка*. 2012. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1199> (дата звернення: 06.02.2024).
8. Колот А. М., Грішнова О. А. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / ред. д-р екон. наук, проф. А.М. Колот. Київ : КНЕУ, 2012. 501 с.
9. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку. *Економічна практика*. 2013. № 4. С. 61–74.

REFERENCES:

1. Bowen H. R. (1953) *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper & Row. (in English).
2. Carroll A. (1991) The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, vol. 34(4). pp. 39–48.
3. Bukreieva D.S. (2022) Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak osnova zabezpechennia dilovoi aktyvnosti pidpriemstv: yevrointehratsiinyi aspekt [Social responsibility of business as a basis for ensuring business activity of enterprises: European integration aspect]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, vol. 38. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1316/1271/> (accessed February 06, 2024).
4. Hrynenko A.M. (2012) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: teoretyko-metodolohichniy aspekt otsiniuvannia sotsialnoi diialnosti [Corporate social responsibility: the theoretical and methodological aspect of evaluating social activity]. *Formuvannia rynkovoi ekonomiky [Formation of the market economy]*, zb. nauk. pr. Spets. vyp. Pratsya v KHKHI stolitti: novitni tendentsiyi, sotsial'nyy vymir, innovatsiynyy rozvytok: u 2 t. T. 2. Kyiv: KNEU, pp. 58–68. (in Ukrainian)
5. Kolot A. (2013) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: evoliutsiia ta rozvytok teoretychnykh pohliadiv [Corporate social responsibility: evolution and development of theoretical views]. *Ekonomichna teoriia – Economic theory*, vol. 4, pp. 5–27.
6. Korol S. Ia. (2016) Sotsialna vidpovidalnist biznesu: teoriia ta metodolohiia obliku [Social responsibility of business: accounting theory and methodology]. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 416 p. (in Ukrainian).
7. Mazurenko V. P., & Zasenka O. Yu. (2012) Suchasna kontseptsiia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti u mizhnarodnomu biznesi [Modern concept of corporate social responsibility in international business]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, vol. 6. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1199> (accessed February 06, 2024).
8. Kolot A. M., Hrishnova O. A. (2012) Sotsial'na vidpovidal'nist': teoriya i praktyka rozvytku : monografiya [Social responsibility: theory and practice of development: monograph], ed. Dr. Econ. Sciences, Prof. A.M. Kolot Kyiv: KNEU, 501 p.
9. Suprun N. A. (2013) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak chynnyk staloho rozvytku [Corporate social responsibility as a factor of sustainable development]. *Ekonomichna praktyka – Economic practice*, vol. 4, pp. 61–74.