

Білик Ростислав Романович,
доктор економічних наук, доцент, доцент
кафедри економічної теорії, менеджменту та
адміністрування, Чернівецький національний
університет імені Юрія Федьковича

Варвус Андрій Ігорович,
аспірант кафедри економічної теорії,
менеджменту та адміністрування, Чернівецький
національний університет імені Юрія
Федьковича

Bilyk Rostyslav,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of economic
theory, management and administration of the
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University,
<https://orcid.org/0000-0002-1894-6828>

Varvus Andrii,
Postgraduate of the Department of economic
theory, management and administration of the
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University,
<https://orcid.org/0000-0003-4529-6223>

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ОСНОВА БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS AS THE BASIS OF BUSINESS SECURITY IN MODERN CONDITIONS

Білик Р. Р., Варвус А. І. Соціальна відповідальність
бізнесу як основа безпеки підприємництва в
сучасних умовах. *Український журнал прикладної
економіки та техніки*. 2023. Том 9. № 3. С. 318 – 323.

Bilyk R., Varvus A. Social responsibility of business
as the basis of business security in modern
conditions. *Ukrainian Journal of Applied Economics
and Technology*. 2023. Volume 9. № 3, pp. 318 – 323.

Вступ. Соціальна відповідальність бізнесу сприяє побудові позитивного іміджу компанії, зміцненню довіри та лояльності клієнтів і партнерів, що є критично важливими складовими в підтримці конкурентоспроможності та безпеки бізнесу. Окрім того, відповідальна поведінка компанії знижує ризики, пов'язані з недотриманням екологічних стандартів і норм соціальної справедливості. З урахуванням глобальних викликів, таких як війна, нерівність і потреба в сталому розвитку, соціальна відповідальність бізнесу стає не лише елементом корпоративної стратегії, а й важливою складовою загальноекономічної безпеки. Вивчення та реалізація принципів соціальної відповідальності в умовах сучасного бізнес-середовища має значний потенціал для підвищення рівня економічної безпеки підприємств, сприяння їхньому стабільному розвитку та позитивного впливу на суспільство загалом. Таким чином, ця стаття зосереджена на важливих аспектах соціальної відповідальності бізнесу в контексті підтримки та розширення комерційної діяльності в Україні в сучасних умовах.

Метою статті є дослідження сучасних процесів розвитку соціальної відповідальності бізнесу задля зміцнення безпеки підприємництва в сучасних умовах господарювання.

Результати. Досліджено найважливіші складові соціальної відповідальності бізнесу та її роль у підвищенні ефективності безпеки підприємств. Охарактеризовано рівень соціальної відповідальності українських компаній. Вивчено шляхи збільшення їхньої ділової активності шляхом формування позитивного іміджу, зміцнення репутації та встановлення міцних відносин з клієнтами та партнерами. Досліджено дефініцію понять «соціальна відповідальність бізнесу» та основні функції соціальної відповідальності бізнесу.

Висновки. Обґрунтовано розвиток соціальної відповідальності в умовах кризових ситуацій, зокрема під час війни. Розроблено рекомендації щодо застосування європейської моделі соціальної відповідальності для підвищення ділової активності, враховуючи цінності та специфіку українського суспільства.

Ключові слова: соціальна відповідальність, підприємництво, бізнес, конкурентоспроможність, соціальні проекти.

Introduction. Introduction. Social responsibility contributes to building a positive image for the company and strengthening the trust and loyalty of customers and partners, which are critically important aspects in maintaining competitiveness and security of business. In addition, the responsible behavior of companies reduces the risks associated with non-compliance with environmental standards and norms of social justice. Considering global challenges such as war, inequality, and the need for sustainable development, the social responsibility of business becomes an element of corporate strategy and an essential component of overall economic security. The study and implementation of the principles of social responsibility in the conditions of the modern business environment have a significant potential for increasing the level of economic security of enterprises, promoting their stable development, and positively impacting society in general. Thus, this article focuses on essential aspects of a business's social responsibility in supporting and expanding commercial activity in Ukraine in modern conditions.

The article aims to study modern processes of the development of social responsibility in business to strengthen the security of entrepreneurship in modern economic conditions.

The results. The main aspects of the social responsibility of business and its role in increasing the efficiency of enterprise security are studied. The level of social responsibility of Ukrainian companies is characterized. Ways to increase business activity by forming a positive image, strengthening reputation, and establishing strong relations with clients and partners were studied. The concept of "social responsibility of business" is defined. The main functions of social responsibility in business have been studied.

Вступ

На сучасному етапі розвитку бізнесу як у вітчизняних, так і в міжнародних компаніях, окрім традиційних економічних факторів, усе більшого значення у формуванні конкурентоспроможності та досягненні високих прибутків набувають неекономічні складові. До таких належать соціальний захист працівників, впровадження систем контролю якості, використання екологічно чистих та енергоефективних технологій. У цьому контексті концепція соціальної відповідальності бізнесу перетворилася на глобальну бізнес-ідеологію, яка визначає сучасний підхід до підприємництва. В Україні поняття соціальної відповідальності ще тільки починає розвиватися, і є гостра потреба у впровадженні цих принципів у суспільстві та економічних інституціях. Це необхідно для формування позитивного іміджу українських підприємств на міжнародному ринку в умовах глобалізації, міжнародної інтеграції та особливо в період післявоєнної відбудови країни.

Питаннями розвитку соціальної відповідальності бізнесу займалися вітчизняні та іноземні науковці, такі як: І. Акімова, А. Марцінків, О. Осінкіна [1], В. Брич, І. Смачило [2], О. Денис [3], О. Головінов [4], О. Грیشнова [5], Ф. Котлер [6], Н. Кирилюк [7], Т. Лункіна, І. Власюк [8], М. Мурашко [9], А. Харламова [11] та ін.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження сучасних процесів розвитку соціальної відповідальності бізнесу задля зміцнення безпеки підприємництва в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження

Соціальна відповідальність у бізнесі перетворилася на унікальну сферу соціально-економічних відносин у суспільстві. Для повного розуміння цього нового економічного феномену важливо аналізувати його причини та наслідки, вивчати сутність, функції, тенденції розвитку та вплив на економічне зростання. Підходи до аналізу економічних процесів мають базуватися на розумінні їхніх основних причин. Часто поверхневе дослідження призводить до помилкових висновків щодо сутності економічних явищ і не дозволяє бачити всієї картини змін і реальних викликів для економічної науки.

Сьогодні соціальне підприємництво визнане у світі як унікальний вид бізнесу, спрямований на створення соціальних та економічних переваг. Хоча ця концепція з'явилася відносно недавно (близько 20-25 років тому), вона швидко набула популярності і стала порівнянною з такими відомими напрямками, як корпоративна соціальна відповідальність, благодійність, венчурна філантропія. Соціальне підприємництво охоплює широкий спектр діяльності, від виробництва до надання суспільних послуг, охорони природи, ефективного використання ресурсів та іншого. Його розвиток залежить від соціально-економічних умов, культурних особливостей, традицій ведення бізнесу та здатності громади самоорганізуватися для вирішення суспільних проблем, що сприяло появі двох основних підходів до соціального підприємництва: американського та європейського. Соціальне підприємництво, засноване на соціальному капіталі громадських організацій, ефективно функціонує на місцевому рівні, задовольняючи потреби спільнот, які не можуть бути забезпечені державою або приватним сектором. Воно сприяє адаптації до кризових умов, надаючи послуги новим способом, створюючи робочі місця, зменшуючи соціальну напруженість, відновлюючи міські та сільські території, покращуючи соціальну інфраструктуру, розширюючи громадську активність і підтримуючи громадські ініціативи та інноваційні проекти.

Важливе значення має корпоративна соціальна відповідальність, яка також відіграє важливу роль у привабленні та утриманні талановитих працівників, оскільки сучасні працівники все більше цінують можливість працювати у соціально відповідальних організаціях. Крім того, корпоративна соціальна відповідальність може покращити відносини зі стейкхолдерами та урядовими органами, що також сприяє створенню безпечного та стабільного бізнес-середовища.

За твердженням І. Акімової [1], корпоративна соціальна відповідальність визначається як обов'язок компанії контролювати вплив своїх рішень і дій на суспільство і довкілля. Цей процес включає здійснення діяльності на основі прозорості та етичних принципів, які підтримують сталий розвиток, включаючи здоров'я та благополуччя суспільства. Корпоративна соціальна відповідальність також передбачає врахування інтересів усіх зацікавлених сторін, відповідність внутрішнього законодавства та міжнародних стандартів поведінки, є інтегрованою частиною організаційної структури, що впливає на всі складові взаємодій організації.

Відповідно до бізнес-матриці соціальної відповідальності, українські компанії можуть отримати низку переваг від впровадження практик корпоративної соціальної відповідальності у своєму функціонуванні, а саме: розширення можливостей доступу до нових ринків через дотримання міжнародних стандартів; формування позитивного іміджу організації завдяки збільшенню лояльності клієнтів, підвищенню вартості бренду та розвитку партнерських взаємодій; покращення виробничих

процесів, що веде до зростання продуктивності та прибутковості, а також зменшення витрат шляхом використання екологічно безпечного обладнання; стабілізація трудових ресурсів; ефективний ризик-менеджмент; приваблення коштів спеціалізованих фондів соціальних інвестицій під ці програми для відповідальних бізнес-лідерів [2–3].

Бізнес відіграє велику роль у соціально-економічному розвитку України. Сьогодні країна більше ніж коли-небудь потребує бізнес-структур, що вбудовують цінності корпоративної соціальної відповідальності у свої стратегії. Проте попри щораз більшу потребу в такій інтеграції, поки що лише незначній частині компаній в Україні вдається ефективно впроваджувати ці підходи у свою діяльність.

Таким чином, вважаємо, що соціальна відповідальність бізнесу – це концепція, за якою компанії враховують інтереси суспільства, приймаючи відповідальність за вплив своєї діяльності на клієнтів, співробітників, акціонерів, громади та навколишнє середовище в усіх сферах своєї діяльності. До основних функцій соціальної відповідальності бізнесу належать [3–6]:

- етична функція – як забезпечення дотримання етичних норм і принципів у бізнес-практиках. Вона включає чесність, справедливість, прозорість у відносинах з клієнтами, партнерами, конкурентами та іншими зацікавленими сторонами;

- функція дбайливого ставлення до персоналу (створення безпечних, здорових і стимулюючих умов праці для працівників). Вона включає забезпечення належних умов праці, можливості для професійного розвитку, справедливу оплату праці та визнання заслуг працівників;

- екологічна функція є основою зменшення негативного впливу діяльності компанії на довкілля. Вона може включати використання екологічно чистих технологій, ефективне використання ресурсів, зменшення викидів, рециклінг тощо;

- функція взаємодії з громадою як внесок у розвиток місцевих громад, підтримка соціальних проєктів, благодійність, волонтерська діяльність. Вона включає сприяння місцевій економіці, підтримку освіти, здоров'я, культури та інших соціальних ініціатив;

- функція розвитку ринкових відносин як основа створення позитивного іміджу бізнесу, що підвищує довіру клієнтів і споживачів, сприяє лояльності та підтримці з боку громадськості;

- функція прозорості та звітності – це регулярне інформування зацікавлених сторін про діяльність компанії, її вплив на суспільство та довкілля. Публічне висвітлення діяльності компанії підвищує рівень довіри та прозорості бізнесу;

- функція сприяння інноваціям і підтримка досліджень, яка полягає в інвестуванні в наукові дослідження та розробки, які можуть призвести до нових, більш стійких або ефективних способів ведення бізнесу, а також до покращення продуктів чи послуг;

- функція створення доданої вартості для акціонерів як основа забезпечення стабільного зростання та доходності компанії через зміцнення її репутації та збільшення лояльності клієнтів, що в підсумку приносить користь акціонерам;

- функція формування партнерських відносин – це співпраця з іншими компаніями, урядовими організаціями та громадськістю для спільного вирішення соціальних проблем і досягнення спільних цілей;

- функція сприяння стійкому розвитку як внесок у досягнення глобальних цілей стійкого розвитку, зменшення бідності, покращення освіти, охорони здоров'я та забезпечення екологічної стійкості.

Як бачимо, соціальна відповідальність бізнесу виконує низку функцій, спрямованих на досягнення соціального впливу поряд з економічними результатами. Однією з основних функцій є вирішення соціальних проблем, що включає підтримку маргіналізованих груп, боротьбу з бідністю та поліпшення якості освітніх і медичних послуг. Діяльність таких підприємств спрямована на створення робочих місць для людей з обмеженими можливостями, працевлаштування осіб з інвалідністю або таких людей, які довго були безробітними, часто використовуючи ресурси віддалених регіонів.

Екологічна стійкість і розвиток громад є ще двома важливими складовими соціального підприємництва. Підприємства працюють над збереженням довкілля, застосуванням сталості в технологіях і методах виробництва, а також зосереджуються на розвитку місцевих громад завдяки економічному розвитку та залученню місцевих ресурсів. Ці зусилля покращують як екологічний, так і соціально-економічний клімат у регіонах [7].

Інноваційність, креативність і підтримка громадських ініціатив є характерними рисами соціально відповідального бізнесу, які дозволяють ефективно реагувати на потреби суспільства. Такі підприємства адаптуються до кризових умов, швидко відповідають на соціальні виклики і зміни в економіці, надаючи допомогу тим, хто її потребує. Це сприяє не тільки розвитку громадянського суспільства, але й залученню громадян до активної участі в соціальних змінах [8].

Кожна з наведених вище функцій відіграє важливу роль у формуванні соціально-економічного ландшафту і сприяє створенню справедливого та стійкого суспільства. Соціальна відповідальність бізнесу не просто вирішує економічні завдання, але й сьогодні виступає як основа безпеки підприємства й

розширює межі традиційного бізнесу, роблячи значний внесок у вирішення соціальних проблем і підвищення якості життя населення.

Також, узагальнюючи наведені функції, ми можемо стверджувати, що соціальна відповідальність бізнесу стає все більш важливою складовою сучасної бізнес-стратегії, оскільки компанії розуміють, що їхній довгостроковий успіх тісно пов'язаний з безпекою та благополуччям суспільства, здоров'ям навколишнього середовища.

Важливо зазначити, що існують зовнішні та внутрішні форми інституційної соціальної відповідальності в бізнесі. Внутрішнє відображення соціальної відповідальності охоплює широкий спектр заходів: від професійного розвитку та систематичного навчання співробітників, приваблення та утримання висококваліфікованих кадрів до забезпечення їхнього соціального захисту [9]. Це включає також гарантування безпеки, охорону здоров'я на робочому місці, впровадження корпоративних програм здоров'я, мотивацію та стабільність оплати праці, створення умов для відпочинку та дозвілля працівників, підтримку ефективних внутрішніх комунікацій, а також заохочення участі працівників у прийнятті управлінських рішень.

Зовнішні прояви соціальної відповідальності включають дії, що прямо впливають на суспільство та довкілля, зокрема сумлінне сплатування податків, дотримання етичних норм у бізнесі, виконання національних і міжнародних законодавчих норм. Ці зовнішні виміри також охоплюють забезпечення прозорості інформації, дотримання високих стандартів якості товарів та послуг, сприяння розвитку громадянського суспільства, активну взаємодію з місцевими громадами й урядовими структурами для підтримки регіонального розвитку та оздоровлення населення [9]. Важливими є також зобов'язання щодо охорони навколишнього середовища, стале використання природних ресурсів, підтримка благодійних і меценатських ініціатив, волонтерство, а також соціально-етичний маркетинг. Багато українських дослідників і практиків визнає соціальну відповідальність як ефективний інструмент підвищення конкурентоспроможності організацій.

Тобто такий підхід є унікальним щодо ведення бізнесу, що поєднує в собі досягнення комерційних цілей з вирішенням соціальних проблем. Тому важливим етапом є встановлення основних причин формування безпеки та наслідків соціально відповідального бізнесу.

Так, причинами формування безпеки в соціально відповідальному бізнесі можуть бути:

- соціальні потреби – основним стимулом для розвитку соціально відповідального бізнесу є наявність невирішених соціальних проблем, таких як бідність, безробіття, нерівність, екологічні виклики тощо;

- відповідальність перед суспільством – щораз більша свідомість про важливість сталого розвитку і корпоративної соціальної відповідальності спонукає бізнес включати у свою діяльність соціальні та екологічні цілі;

- інноваційність і креативність – можливість для реалізації інноваційних ідей, що сприяють вирішенню соціальних проблем;

- зміни у споживачьких уподобаннях – споживачі все більше цікавляться продуктами і послугами, які виробляють з дотриманням соціальних і екологічних стандартів.

Формування безпеки в соціально відповідальному бізнесі обумовлене кількома основними чинниками. Передусім соціальні потреби як невирішені проблеми, такі як бідність і нерівність, є основними стимулами для розвитку таких підприємств. Щораз більша свідомість про значення сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності змушує компанії інтегрувати соціальні та екологічні цілі у свою стратегію. Інноваційність і креативність, які сприяють розв'язанню соціальних викликів, і зміни у споживачьких уподобаннях, зокрема щораз більший інтерес до продукції, виробленої з дотриманням високих стандартів, також відіграють значну роль у формуванні безпеки та стабільності в соціально відповідальному бізнесі [10].

Наслідками ефективного соціально відповідального бізнесу є:

- позитивний соціальний вплив – соціально відповідальний бізнес сприяє поліпшенню умов життя в суспільстві, забезпечуючи соціальну підтримку, доступ до освіти, медичних послуг, покращення умов праці тощо;

- економічне зростання – через створення нових робочих місць і впровадження інновацій соціально відповідальний бізнес сприяє економічному розвитку;

- зміцнення громад – соціально відповідальний бізнес є важливим для розвитку місцевих громад, оскільки сприяє залученню громадян до вирішення місцевих проблем і підвищує їхню участь у суспільному житті.

- підвищення стандартів бізнесу – соціально відповідальний бізнес встановлює нові стандарти ведення бізнесу, акцентуючи увагу на етичних та екологічних принципах, а також на прозорості та відповідальності перед суспільством;

- збільшення інвестицій в соціальні проекти – соціально відповідальний бізнес привертає увагу інвесторів, які зацікавлені у вкладенні коштів у проекти з позитивним соціальним впливом, що сприяє залученню додаткових ресурсів для вирішення соціальних проблем;

- покращення іміджу бізнесу – компанії часто користуються позитивним громадським сприйняттям, що підвищує лояльність споживачів і створює позитивний бренд;
- сприяння стійкому розвитку – соціально відповідальний бізнес сприяє досягненню цілей стійкого розвитку, інтегруючи соціальні, екологічні та економічні складові у свою стратегію та практику;
- зменшення соціальної нерівності – через створення можливостей для маргіналізованих груп соціально відповідальний бізнес допомагає зменшити розрив між різними верствами суспільства;
- формування нових партнерств – соціально відповідальний бізнес сприяє утворенню нових форм партнерства між бізнесом, урядом і громадським сектором для спільного вирішення соціальних проблем.

Ефективне здійснення соціальної відповідальності бізнесом призводить до значного соціального впливу, оскільки компанії відіграють важливу роль у поліпшенні умов життя через підтримку освіти, медицини і створення нових робочих місць. Така діяльність також сприяє економічному розвитку та зміцненню місцевих громад, залучаючи громадян до активної участі у суспільному житті та вирішенні місцевих проблем. Водночас соціально відповідальні практики ведення бізнесу встановлюють нові стандарти у сфері етики, екології, прозорості та відповідальності, залучають інвестиції у соціальні проекти, покращують імідж компаній і сприяють формуванню нових партнерств. Усе це сприяє досягненню цілей стійкого розвитку та зменшенню соціальної нерівності, інтегруючи соціальні, екологічні та економічні складові у стратегію та практику підприємств.

Загалом соціально відповідальний бізнес приносить вагомі переваги для суспільства та економіки, сприяючи створенню більш стійкої та ефективної економічної ситуації на ринку.

Сьогодні в Україні соціальна відповідальність бізнесу часто має одноразовий характер і зазвичай спрямована на поліпшення корпоративної репутації, не перетворюючись на тривалу та постійну практику. Також відзначається відсутність конструктивної та взаємовигідної взаємодії між роботодавцями та найманими працівниками. Розвиток соціальної відповідальності в країні стикається з численними перешкодами, які можуть мати як штучне, так і природне походження. Хоча в національній економіці представлені різні рівні соціальної відповідальності, наявна система не є збалансованою та ефективною. Багато компонентів цієї системи успадковані від радянської епохи та не адаптовані до умов ринкової економіки, що призводить до їхньої низької ефективності в сучасних умовах.

Владні структури на державному та регіональному рівнях схильні сприймати інститут соціальної відповідальності як засіб додаткового оподаткування бізнесу та джерело фінансування бюджету через перекладання на бізнес соціальних обов'язків, які держава виконує неефективно. В Україні громадянське суспільство не досягло достатньої зрілості та активності і є значно фрагментованим, що обмежує його здатність ефективно впливати на бізнес у питанні залучення до соціальних ініціатив. Необхідність ширшого розуміння та прийняття концепції соціальної відповідальності не завжди визнається, що звужує її практичне застосування до питань соціального партнерства і співпраці між керівництвом підприємств і профспілками з метою вирішення питань, пов'язаних з трудовими відносинами.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Висвітлення соціальної відповідальності у бізнесі як феномену сучасних соціоекономічних відносин підкреслює її значущість і вплив на сталий розвиток суспільства та економіки. Соціальна відповідальність бізнесу, як новаторський вид бізнесу, спрямована на вирішення актуальних соціальних проблем і забезпечення економічного зростання, зміцнення місцевих громад і підвищення стандартів бізнесу через інновації та креативність. Така діяльність сприяє розширенню можливостей бізнесу, покращенню його іміджу та залученню інвестицій, що привертає щораз більшу увагу до корпоративної соціальної відповідальності як важливого елементу сучасної бізнес-стратегії. Такі ініціативи вимагають глибокого аналізу і розуміння для ефективної інтеграції в корпоративні структури, що підкреслює важливість стратегічного підходу до впровадження стандартів соціальної відповідальності у всі складові організаційної діяльності.

Література

1. Акімова І., Марцінків А., Осінкіна О. Соціальна відповідальність українського бізнесу: результати опитування. Київ: ООН, 2013. 53 с.
2. Брич В.Я., Смачило І.І. Соціальна відповідальність вітчизняних підприємств. *Технологічний аудит та резерви виробництва*. 2014. Том 5. № 2. С. 36-39.
3. Денис О.Б. Сфери прояву корпоративної соціальної відповідальності бізнесу: зарубіжний досвід і вітчизняна практика. *Вісник університету банківської справи Національного Банку України*. 2015. №2(8). С. 36-38.
4. Головінов О.М. Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і проблеми. *Економічний вісник Донбасу*. 2014. № 2. С. 187-192.
5. Грішнова О. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні. *Україна: аспекти праці*. 2010. № 7. С. 3-8.
6. Котлер Ф.Л., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Київ: Стандарт, 2005. 302 с.
7. Кирилюк Н.В. Корпоративна соціальна відповідальність: досвід європейських компаній. *Молодий вчений*. 2015. № 2 (17). С. 107-111.

-
8. Лункіна Т.І., Власюк І.М. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні: сучасний стан та напрями вдосконалення. *Modern Economics*. 2017. № 1. С. 24-30.
 9. Мурашко М.І. Концептуальні основи соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Демографія та соціальна економіка: Науково-економічний та суспільно-політичний журнал*. 2009. № 2. С. 114-122.
 10. Харламова А.О. Корпоративна соціальна відповідальність необхідний чинник формування корпоративної стратегії. *Ефективна економіка*. 2012. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1410>.

References

1. Akimova, I., Martsinkiv, A., Osinkina, O. (2013). *Sotsial'na vidpovidal'nist' ukrains'koho biznesu*. [Social relevance of Ukrainian business]. OON. Kyiv. Ukraine.
2. Brych, V.Ya., Smachylo, I.I. (2014). «Social responsibility of economic enterprises». *Tekhnolohichnyj audyt ta rezervy vyrobnytstva*. Vol. 5. № 2. pp. 36-39.
3. Denys, O.B. (2015). «Areas of corporate social relevance to business: foreign evidence and domestic practice». *Visnyk universytetu bankivs'koi spravy Natsional'noho Banku Ukrainy*. №2(8). pp. 36-38.
4. Holovinov, O.M. (2014). «Social relevance to business: Ukrainian realities and problems». *Ekonomichnyj visnyk Donbasu*. № 2. pp. 187-192.
5. Hrishnova, O. (2010). «Social relevance to business: essence, significance, strategic directions of development in Ukraine». *Ukraina: aspekty pratsi*. № 7. pp. 3-8.
6. Kotler, F.L., Li, N. (2005). *Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist'. Yak zrobyty iakomoha bil'she dobra dlia vashoi kompanii ta suspil'stva*. [Corporate social responsibility. How to earn more good for your company and estate]. Standart. Kyiv. Ukraine.
7. Kyryliuk, N.V. (2015). «Corporate social performance: evidence from European companies». *Molodyj vchenyj*. № 2 (17). pp. 107-111.
8. Lunkina, T.I., Vlasiuk, I.M. (2017). «Corporate social relevance to business in Ukraine: the current state and direct thoroughness». *Modern Economics*. № 1. pp. 24-30.
9. Murashko, M.I. (2009). «Conceptual basis of social relevance of business in Ukraine». *Demohrafiia ta sotsial'na ekonomika: Naukovo-ekonomichnyj ta suspil'no-politychnyj zhurnal*. № 2. pp. 114-122.
10. Kharlamova, A.O. (2012). «Corporate social awareness is an essential tool in the formation of corporate strategy». *Efektivna ekonomika*. № 9. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1410>.

Стаття надійшла до редакції 15.07.2023 р.