

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2021-75-11>
УДК 005.35:005.412-022.322

Панюк Т.П.

кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри економічної теорії,
Рівненський державний гуманітарний університет

Богуш Л.А.

кандидат педагогічних наук,
член-кореспондент Міжнародної кадрової Академії;
доцент кафедри теорії і методики журналістської творчості,
Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені Академіка Степана Дем'янчука

Paniuk Tetiana

Rivne State University of the Humanities

Bohush Liudmyla

Academician Stepan Demianchuk International University
of Economics and Humanities

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

THE ROLE AND SIGNIFICANCE OF BUSINESS SOCIAL RESPONSIBILITY FOR THE IMPLEMENTATION OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT CONCEPT

Метою статті є дослідження та аналіз детермінант соціальної відповідальності, а також їх зв'язку з концепцією сталого розвитку. Вирішення поставлених у статті завдань здійснено за допомогою таких загальнонаукових спеціальних методів дослідження, як аналіз і синтез, систематизація та узагальнення. З'ясовано, що сталий розвиток окремих територій залежить від рівня синхронізованої взаємодії держави, підприємницького середовища та споживачів. Він повинен узгоджуватись з економічною, соціальною та екологічною складовими розвитку територій та можливий лише за умови належного рівня соціальної відповідальності бізнесу, враховуючи його важливу роль у суспільстві. Доведено, що у світовій практиці корпоративна соціальна відповідальність визнана найважливішою складовою довгострокової стратегії сталого розвитку, у зв'язку з чим уряди багатьох країн приділяють значну увагу просуванню ідеї соціальної відповідальності бізнесу на національному рівні, створюючи сприятливі умови для її розвитку. Запропоновано заходи, що повинні бути впроваджені органами державного управління, відносно популяризації соціальної відповідальності бізнесу в суспільстві та визначення її як необхідної поведінки для вітчизняних підприємств, а також розроблено комплекс заходів щодо її впровадження. Визначено, що розвиток та впровадження соціальної відповідальності бізнесу зміцнить стан національної економіки в цілому, закріпить конкурентні позиції українських підприємств на міжнародних ринках і покращить міжнародний імідж.

Ключові слова: соціальна відповідальність, бізнес, концепція, стратегія, сталий розвиток, підприємства.

Целью статьи является исследование и анализ детерминантов социальной ответственности, а также связь с концепцией устойчивого развития. Решение поставленных в статье задач осуществлено с помощью таких обще-научных специальных методов исследования: анализа и синтеза, систематизации и обобщения. Выяснено, что устойчивое развитие отдельных территорий зависит от уровня синхронизированного взаимодействия государства, предпринимательской среды и потребителей. Он должен согласовываться с

экономической, социальной и экологической составляющими развития и возможно лишь при условии надлежащего уровня социальной ответственности бизнеса, учитывая его важную роль в обществе. Доказано, что в мировой практике корпоративная социальная ответственность признана важнейшей составляющей долгосрочной стратегии устойчивого развития, в связи с чем, правительства многих стран уделяют большое внимание продвижению идеи социальной ответственности бизнеса на национальном уровне, создавая благоприятные условия для ее развития. Предложены меры, что должны быть внедрены органами государственного управления, относительно популяризации социальной ответственности бизнеса в обществе и определения ее как необходимого поведения для национальных предприятий, а также разработка комплекса мероприятий по ее внедрению. Определено, что развитие и внедрение социальной ответственности бизнеса укрепит состояние национальной экономики в целом, закрепит конкурентные позиции украинских предприятий на международных рынках и улучшит международный имидж.

Ключевые слова: социальная ответственность, бизнес, концепция, стратегия, устойчивое развитие, предприятия.

The purpose of the article is to investigate and analyze the determinants of CSR and how it relates to the concept of sustainable development. The tasks of the article are solved with the help of such general scientific special methods of research as analysis and synthesis, systematization and generalization. It has been established that sustainable development is developing in harmony with the state, the business sector and consumers. It must be consistent with the economic, social and environmental components of development and is only possible if the level of social responsibility of the business is appropriate, given its important role in society. It has been proven that in the world practice, corporate social responsibility is recognized as an essential component of a long-term sustainable development strategy, and therefore, many governments pay great attention to promoting the idea of corporate social responsibility at the national level, creating favorable conditions for its development. Measures are proposed that should be implemented by public administration bodies, regarding the promotion of social responsibility of business in society and defining it as a necessary behavior for national enterprises, as well as the development of a set of measures for its implementation. It is determined that the development and implementation of corporate social responsibility will strengthen the state of the national economy as a whole, consolidate the competitive position of Ukrainian enterprises in international markets and improve the international image.

Key words: social responsibility, business, concept, strategy, sustainable development, enterprises.

Постановка проблеми. Концепція сталого розвитку, проголошена ООН основним і першочерговим принципом дій міжнародних інституцій, урядів, корпорацій і громадських організацій у XXI ст., є альтернативою парадигмі неконтрольованого економічного зростання, що ігнорує екологічні й соціальні загрози від розвитку за екстенсивною моделлю [1]. Ідеєю, яка покладена в основу цієї концепції, є розуміння відмінності між економічним зростанням, яке націлене на підвищення кількісних показників, і розвитком, що трактується як якісні зміни завдяки удосконаленню матеріально-технічної бази підприємств і методів управління. Головна суть концепції сталого розвитку полягає у пошуку балансу між задоволенням потреб сучасного та майбутніх поколінь в економічному балансі, безпечному і чистому довіллі й соціальному добробуті.

Сталий розвиток визначається як «прогресивні зміни, спрямовані на безпеку та розвиток сьогоденних і майбутніх поколінь, узгодженість економічної, соціальної та екологічної складових розвитку, формування умов до самовіднов-

лення навколишнього природного середовища» [2]. Економічна складова сталого розвитку пояснює раціональне використання обмежених ресурсів з метою задоволення суспільних потреб, соціальна – націлена на людський аспект розвитку, збереження соціокультурних систем, усунення соціальної напруженості, крокування до суспільної стабільності, а екологічна – на збереження та охорона оточуючого середовища й ресурсозбереження шляхом раціонального використання природних ресурсів, максимально замінюючи їх на неприродні аналоги, а також запобігання забрудненню навколишнього середовища шляхом створення екологічного та безпечного виробництва використовуючи новітні технології.

В сучасних умовах актуального характеру набули економічні реформи пов'язані з гармонійними відносинами між державою, суспільством і бізнесом, що є стратегічним аспектом сталого розвитку. Серед наслідків таких реформ – соціальна відповідальність (СВ) ділового співтовариства, підприємств і окремих представників бізнесу, міра цієї відповідальності та

її зміст. Саме соціальна відповідальність бізнесу (далі – СВБ) є усвідомленням необхідності сталого розвитку. Нажаль, Україна знаходиться лише на початку шляху побудови системи СВБ, тому вирішення цієї проблеми в умовах поширення концепції сталого розвитку займає вагомий та важливе місце серед інших економічних проблем які мають глобальний характер та охоплюють всі сфери діяльності суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Варто зауважити, що вивченню такого явища, як корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) та СВБ, в Україні присвячена значна кількість наукових доробок. Зокрема, сутність поняття КСВ та СВБ охарактеризовані в статтях Р. Абрамова [3], К. Белявської [4], О. Березіної [5], О. Романухи [6]. Безпосередній та невід’ємний зв’язок цих понять з сталим розвитком відображені в працях І. Лебедева [7], Л. Петрашко [8] та інших. Проте вивчення проблем навколо детермінант СВБ в умовах поширення концепції сталого розвитку здійснено не достатньо та вимагає подальшого детального дослідження.

Методика досліджень. Рішення поставлених в статті завдань здійснено за допомогою таких загально-наукових спеціальних методів дослідження: аналізу і синтезу, систематизації та узагальнення.

Постановка завдання. Досягнення поставленої мети передбачає розв’язання наступних завдань: дослідити та проаналізувати детермінанти соціальної відповідальності (далі –СВ); показати їх зв’язок з концепцією сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основними труднощами та перешкодами України на шляху до сталого розвитку є обмеження ресурсів, проблеми з перехідним періодом соціально-політичних і економічних перебудов, неактуальна структура управління і мало розвинутий науково-технологічний рівень як окремих підприємств, так і промисловості в цілому. Окрім вищеперахованого все ж вагомою перешкодою сталому соціально-економічному розвитку України є часткова відсутність і недосконалість СВ в системі, що пов’язує державну владу, бізнес і громадянське суспільство. Досвід розвинутих країн світу свідчить, що сталий розвиток, який розвивається в гармонії зі всіма сферами людської діяльності, можливий лише за умови належного рівня СВБ, враховуючи його важливу роль у суспільстві.

У світовій практиці КСВ визнана найважливішою складовою довгострокової стратегії сталого розвитку, у зв’язку з чим уряди багатьох країн приділяють значну увагу просуванню ідей СВ на національному рівні, створюючи сприятливі умови для СВ поведінки вітчизняних та іноземних підприємств [8].

Ідея про СВ виникла ще на початку ХХ ст., що було обумовлено не тільки і не стільки морально-етичними чинниками, як це стверджується у багатьох публікаціях із цієї проблематики, але й розвитком продуктивних сил і суспільних відносин [3; 4]. Широке поширення вона отримала у другій половині ХХ століття, оскільки науково-технічна революція пред’явила нові високі вимоги до якості робочої сили, сприяла появі нового типу працівника – освіченого робітника (так званого *knowledge worker*), діяльність якого ґрунтується на творчому застосуванні знань, що обумовило зацікавленість бізнесу у розвитку й нагромадженні людського капіталу. Суспільно-економічне явище «соціальна відповідальність бізнесу» протягом ХХ ст. еволюціонувало від ідеї, що висловлювалася окремими підприємцями і дослідниками й трактувалася тільки як благодійність, до загальноновизнаного принципу корпоративного управління. У результаті формується наукова концепція, тобто система наукових поглядів на процеси і явища в суспільстві, ідейно й змістовно цілісний, аргументований, послідовний і завершений виклад оригінальної наукової теорії або версії [7].

Практика впровадження СВ у процесі управління в розвинутих країнах світу свідчить, що загальною тенденцією для зарубіжних країн є те, що основним партнером у розвитку ідей СВБ стає держава. Окрім того, саме держава має вагомий інструмент впливу на регулювання СВ та може їх використати з метою стимулювання розвитку економіки.

Аналіз систем державного регулювання у сфері СВБ свідчить про те, що все більше країн приділяють увагу цьому актуальному питанню та впроваджують його принципи на різних рівнях. Гарантом впровадження СВ у значній кількості зарубіжних розвинутих країн є держава та її інститути [9].

Як показує міжнародний досвід, уряди багатьох країн займають активну позицію в просуванні СВ, тільки ступінь участі держав в даних процесах різний. Деякі європейські країни

мають багаторічні традиції в області СВ та постійно стимулюють підприємства, які є соціально-відповідальними. Нові країни-члени ЄС і країни-кандидати на вступ до ЄС тільки протягом останніх років, коли почали різко загострюватись екологічні катаклізми почали приділяти вагому роль СВ. Країни-члени СНД тільки починають роботу з просування СВБ і, відповідно, досвід в цій сфері зовсім незначний.

В економічно розвинених країнах СВБ полягає в усвідомленій поведінці підприємств до вимог соціально-важливих заходів, соціальних завдань, морально-етичних норм та цінностей, розуміння наслідків своєї негативної діяльності для навколишнього середовища, екології, суспільства, держави, споживачів, ділових партнерів та своїх працівників. СВБ є діяльністю підприємств приватного і державного секторів, які здійснюють її добровільно і заходи по відношенню до неї спрямовані на дотримання високих стандартів господарської діяльності шляхом виробництва якісної продукції, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімальний негативний вплив на навколишнє природне середовище з метою конкурентної боротьби; створення взаємозв'язків між бізнесом, суспільством і державою; покращення ефективності діяльності підприємств у довгостроковому періоді.

Забезпечити СВБ по відношенню до власних працівників підприємства зможуть, застосовуючи прийоми так званого «внутрішнього маркетингу», котрий передбачає формування взаємовідносин у середині підприємства за принципом «працівник – внутрішній споживач», тобто «підприємство пропонує «продукт» – конкретну посаду, що передбачає певні обов'язки і права, а працівник «набуває» цей товар, оплачуючи його своєю трудовою діяльністю. В цьому випадку традиційна основа маркетингу (орієнтація на споживача і його потреби) доповнюється орієнтацією на працівника як «внутрішнього споживача» [10].

В Україні перехід до сталого економічного розвитку, її інтеграція до європейського і світового співтовариства, вимагають запровадження сучасної практики взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя, створити умови для подальшого стабільного розвитку суспільства

та конкурувати завдяки СВБ на чесних підставах. З цією метою урядом була розроблена стратегія сприяння розвитку СВБ в Україні на період до 2020 року, яка спрямована на реалізацію принципів та завдань державної політики у сфері СВБ та визначає напрями діяльності органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування щодо створення належних умов для розвитку СВБ в Україні [12].

Оскільки, згідно визначення Європейської комісії [13] соціальна відповідальність – це відповідальність підприємств за свій вплив на суспільство в глобальному розумінні, тому вона підтримується міжнародними організаціями (Глобальний договір ООН, Міжнародна організація праці, Дитячий фонд Організації Об'єднаних Націй (ЮНІСЕФ), Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку, Рада Європи, Європейська організація якості, Міжнародна організація стандартизації) і урядами різних країн (Данія, Норвегія, Словаччина, Німеччина, Македонія, Франція, Великобританія).

В Європейському Союзі основна роль СВБ полягає у підтримці сталого розвитку компаній, що сприяє покращенню ситуації на ринку праці, а також виробництва якісної продукції та надання якісних послуг.

В Україні тільки з 2006 року з'явилась місцева мережа Глобального договору, вона об'єднує понад 160 учасників – від великих міжнародних та українських компаній до середніх і малих підприємств, а також неурядових організацій, академічних установ, бізнес-асоціацій тощо. Основою Глобального договору є 10 принципів у сферах прав людини, трудових відносин, навколишнього природного середовища та протидії корупції, що становлять своєрідний кодекс етичної корпоративної поведінки і дотримання яких є обов'язковим для учасників. Незважаючи на добровільність участі, вимогою для компаній є надання щорічних звітів про реалізацію принципів Глобального договору в повсякденній діяльності. За 10 років існування до ініціативи приєдналися понад 8000 компаній та інших організацій з більше ніж 130 країн [12].

Серед особливостей та перепон розвитку української моделі СВБ можна виділити наступні:

– відсутність в Україні ідеології соціально відповідального підприємництва та високого рівня громадянської самосвідомості;

– вимушений характер СББ в Україні. Для частини підприємців КСВ являється відповіддю на запит влади, а деякі навіть вважають це формою державного рекету. До речі, це опосередковано підтверджується невеликою кількістю компаній, які приєдналися до Глобального договору ООН в Україні;

– відсутність прозорих процедур вироблення соціальної політики як на рівні держави і регіонів, так і на рівні підприємств. Залежність форм і методів соціальної активності компаній від особистих уподобань та інтересів керівників і власників. Це зумовлено в тому числі і підвищенням ролі керівників у післяприватизаційний період;

– висока варіативність форм соціальної активності, сформованих на окремих підприємствах і у компаніях, в тому числі і шляхом власного балансу між економічною ефективністю та соціальною необхідністю;

– висока диференціація соціальних корпоративних пілг, які, особливо останнім часом, орієнтовані на топ-менеджерів вищого рівня та деякою мірою на висококваліфіковані кадри;

– значний розрив між суспільством і бізнесом у розумінні пріоритетів СБ [6];

– розвиток тіньового бізнесу;

– нерозуміння власниками підприємств та суспільством основних завдань і механізмів реалізації СББ через термінологічну невизначеність;

– закритість більшості національних підприємств для суспільства, детальні відомості про їх діяльність є закритою інформацією, оскільки розвивається нечесна конкуренція та відсутня довіра до суспільства;

– відсутність методів стимулювання для підприємств, які запроваджують СБ, від держави та державних інститутів.

Для того, щоб подолати проблеми розвитку СББ, потрібно в першу чергу звернути увагу на те, що вітчизняні підприємства не використовують свої конкурентні переваги: з одного боку – детермінанти успіху бізнесу, з іншого – детермінанти, пов'язані із сталим розвитком. Коли детермінанти сталого розвитку та детермінанти успіху бізнесу гармонійно поєднуються, існує можливість визначити чітку умову доцільності СББ. Покращення корпоративного управління допомагає покращити доступ до капіталів, підвищити доходи і забезпечити зростання продуктивності роботи компанії. Робота з удосконаленням екологічних процесів

прямо впливає на зростання доходів і продуктивності та скорочення витрат. Ефективне управління людськими ресурсами допомагає підвищити продуктивність [6].

Варто зауважити, що умови доцільності поєднання цих детермінант впливають на розвиток СБ в Україні. Так, передові підприємства та компанії активно проводять модернізацію виробництва і управлінських процесів, не лише підвищуючи економічну ефективність, але й скорочуючи використання природних ресурсів. Наприклад, зростання ринку тренінгових компаній та компаній, що надають послуги у сфері управління людськими ресурсами, розробка принципів корпоративного управління України, Кодексу честі добропорядного виробника України (добровільні зобов'язання перед споживачами і суспільством) Української асоціації якості – все це ознаки зародження ефективного підходу до питання відповідальності компаній. Для компаній, залучених до цих або інших програм, наступним логічним кроком має стати розроблення власної стратегії соціально відповідального бізнесу. Таким чином, поширюючи сферу застосування соціально відповідального бізнесу, компанії перетворюють КСВ на корпоративну соціальну вигоду. Соціальні та екологічні проблеми становлять не лише проблеми, але й можливості [14]. Такі зміни забезпечують сталий розвиток країни в глобальному сенсі.

Висновки. Отже, СББ в Україні перебуває в стадії розвитку. СБ вітчизняних підприємств та організацій спрямовується насамперед на трудові відносини і заходи по захисту здоров'я і безпеки споживачів. Менш поширеними є заходи щодо захисту природних ресурсів та взаємодії з суспільством. На сьогодні більша частина підприємств не здійснює соціальні інвестиції у розвиток громади та не реалізує заходів із охорони довкілля. Найбільш активними в цій сфері є, насамперед, представництва іноземних суб'єктів господарювання, які переносять на українське підгрунття сучасні світові практики, а також великі та середні вітчизняні підприємства, орієнтовані на обслуговування міжнародних ринків.

Найбільш пріоритетними заходами розвитку ідей СББ в Україні вважаємо їх популяризацію на рівні держави в якості основного принципу діяльності вітчизняних підприємств, а також розробку комплексу заходів з їх впровадження. Тим самим

це дозволить закріпити конкурентні позиції вітчизняних підприємств на міжнародних ринках і покращить міжнародний імідж держави в цілому.

Перспективами подальших досліджень у визначеному напрямку є системне дослідження

факторів, що уповільнюють впровадження СВБ на вітчизняних підприємствах, а також розробка конкретних заходів популяризації, стимулювання впровадження цих ідей у суспільстві та підприємницькому середовищі.

Список літератури:

1. Наше общее будущее : Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР) / Под ред. и с послесл. С.А. Евтеева и Р.А. Перелета. Москва : Прогресс, 1989. 376 с.
2. Новикова О.Ф., Амоша О.І., Антонюк В.П. та ін. Сталий розвиток промислового регіону: соціальні аспекти : монографія / НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Донецьк, 2012. 534 с.
3. Абрамов Р. Корпоративная социальная ответственность как пример организационного изоморфизма в условиях глобализации. *Журнал исследований социальной политики*. 2005. № 3. С. 327–346.
4. Белявська К.С. Соціальна відповідальність бізнесу: еволюція поглядів на проблему. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 1. С. 228–334.
5. Березіна О.Ю. Сучасні моделі корпоративної соціальної відповідальності. *Економічний простір*. 2010. № 41. С. 194–202.
6. Романуха О.М. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016. Том 1. № 2. С. 198–204.
7. Лебедєв І.В. Забезпечення сталого розвитку на засадах корпоративної соціальної відповідальності. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 1(139). С. 106–116.
8. Петрашко Л. Корпоративна соціальна відповідальність в українській бізнес-практиці. *Міжнародна економічна політика*. 2011. Вип. 1-2. С. 115–141.
9. Стандарт SA 8000 «Social Accountability» / Управління якістю / Матеріали / Прес-центр // Центр адаптації державної служби до стандартів Європейського Союзу. URL: <http://www.center.gov.ua/pres-sentr/materiali/item/757-стандарт-sa-8000-social-accountability>
10. Бурлакова Ю.М. Корпоративна соціальна відповідальність: внутрішнє спрямування / Publishing house Education and Science s.r.o. URL: http://www.rusnauka.com/5_PNW_2010/Economics/59062.doc.htm
11. Дейнега О.В. Внутрішній маркетинг у діяльності машинобудівних підприємств. *Економіка і фінанси*. 2017. № 8. С. 33–40.
12. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. URL: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201310_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini_spilnota_svb.pdf
13. Стратегія ЄС з корпоративної соціальної відповідальності 2011–2014. URL: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF>
14. Балакірева О.М., Галустьян Ю.М. Соціально відповідальний бізнес в Україні: поняття та основні чинники. *Український соціум*. 2007. № 5–6. С. 99–109.

References:

1. Evteeva, S.A. & Pereleta, R.A. (1989) Nashe obshchee budushchee [Our common future]: *Doklad Mezhdunarodnoi komysyyu po okruzhaiushchei srede y razvyytiu*. Moscow. (in Russian)
2. Novykova, O.F., Amosha, O.I. & Antoniuk, V.P. (2012) Stalyi rozvytok promyslovoho rehionu: sotsialni aspekty [Sustainable development of the industrial region: social aspects]. Donetsk: NAN Ukrainy, Instytut ekonomiky promyslovosti. (in Ukrainian)
3. Abramov, R. (2005) Korporatyvnaia sotsyalnaia otvetstvennost kak prymer orhanyzatsyonnoho yzomorfyzma v uslovyakh hlobalyzatsyy [Korporatyvnaia sotsyalnaia otvetstvennost kak prymer orhanyzatsyonnoho yzomorfyzma v uslovyakh hlobalyzatsyy]. *Zhurnal yssledovanyi sotsyalnoi polytykum*, 3, 327–346. (in Russian)
4. Belyavska, K.S. (2011) Sotsialna vidpovidalnist biznesu: evoliutsiia pohliadiv na problemu [Business Social Responsibility: The Evolution of Views on the Problem]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, 1, 228–334. (in Ukrainian)
5. Berezina, O.Iu. (2011) Suchasni modeli korporatyvnoi sotsyalnoi vidpovidalnosti [Modern models of corporate social responsibility]. *Ekonomichnyi prostir*, 41, 194–202. (in Ukrainian)
6. Romanukha, O.M. (2016) Rozvytok korporatyvnoi sotsyalnoi vidpovidalnosti v Ukraini [Development of corporate social responsibility in Ukraine]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, 1, 2, 198–204. (in Ukrainian)

7. Lebediev, I.V. (2013) Zabezpechennia staloho rozvytku na zasadakh korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti [Ensuring sustainable development on the basis of corporate social responsibility]. *Aktualni problemy ekonomiky*, 1(139), 106–116. (in Ukrainian)
8. Petrashko, L. (2011) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist v ukrainskii biznes-praktytsi [Corporate Social Responsibility in Ukrainian Business Practice]. *Mizhnarodna ekonomichna polityka*, 1–2, 115–141. (in Ukrainian)
9. Standart SA 8000 «Social Accountability» Upravlinnia yakistiu [Standard SA 8000 «Social Accountability» Quality management] MO. Available at: <http://www.center.gov.ua/pres-tsentr/materiali/item/757-standart-sa-8000-social-accountability> (in Ukrainian)
10. Burlakova, Yu.M. (2010) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: vnutrishnie spriamuvannia [Corporate social responsibility: internal direction]. *Publishing house Education and Science s.r.o.* Available at: http://www.rusnauka.com/5_PNW_2010/Economics/59062.doc.htm (in Ukrainian)
11. Deineha, O.V. (2017) Vnutrishnii marketynh u diialnosti mashynobudivnykh pidpriemstv [Internal marketing in the activity of machine-building enterprises]. *Ekonomika i finansy*, 8, 33–40. (in Ukrainian)
12. Stratehiia spriannia rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini na period do 2020 roku [Strategy for promoting the development of corporate social responsibility in Ukraine until 2020]. Available at: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201310_strategiya_spriannya_rozvitku_svb_v_ukrayini_spilnota_svb.pdf (in Ukrainian)
13. Stratehiia YeS z korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti 2011 – 2014 [EU Corporate Social Responsibility Strategy]. Available at: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF> (in Ukrainian)
14. Balakirieva, O.M. & Halustian, Yu.M. (2007) Sotsialno vidpovidalnyi biznes v Ukraini: poniattia ta osnovni chynnyky [Socially Responsible Business in Ukraine: Concepts and Key Factors]. *Ukrainskyi sotsium*, 5–6, 99–109. (in Ukrainian)