

О. М. Штиргов,
к. держ. упр., доцент, завідувач кафедри місцевого самоврядування та регіонального розвитку,
Навчально-науковий інститут публічного управління та адміністрування,
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7627-3721>

DOI: 10.32702/2306-6814.2023.16.199

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ВПЛИВУ ЯК ЗАПОРУКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ

O. Shtyrov,
PhD in Public Administration, Associate Professor,
Head of the Department of Local Self-Government and Regional Development, Educational and Scientific Institute
of Public Management and Administration, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine

SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE SYSTEM OF FORMING MANAGEMENT INFLUENCE AS A KEY TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT

У статті зроблена спроба теоретичного осмислення ролі соціальної відповідальності у системі формування управлінського впливу. Констатовано що існуючий спад і застій у промисловості України, викликані кризовими ситуаціями, неможливо пережити і перебороти традиційними методами. Тільки радикальні заходи із боку держави здатні створити умови для впровадження нових управлінських рішень, із залученням сучасних соціальних стандартів та процесів. В даних умовах суспільство вимагає від держави і її інституцій переорієнтації на засади соціальної відповідальності, розробки цілого комплексу питань, пов'язаних з особливостями вирішення практичних проблем підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності в умовах ринкових відносин і кризових явищ, породжених пандемією коронавірусу і війною.

Наголошено що нормальне функціонування організацій та установ в умовах ринкових відносин має на увазі пошук та розробку кожним із них особистої стратегії розвитку. Щоб успішно розвиватися, мусять мати оптимальне співвідношення між затратами та результатами виробництва, знаходити нові форми вкладання капіталу, оновлювати та покращувати свою продукцію у відповідності вимогам ринку, знаходити більш ефективні способи доведення її до конкретних споживачів, залучати принципово нові методи управління та інакше кажучи, організація має бути конкурентоспроможною, економічно-стійкою та соціально відповідальною.

Зроблено висновок що в Україні на даний момент ще не сформовано вітчизняну модель соціальної відповідальності. Дана діяльність охоплює безліч напрямків, спрямована на задоволення першочергових потреб населення, зумовлюється специфікою цього етапу соціалізації економіки й традиціями вирішення соціальних проблем, що стосуються діяльності соціальної інфраструктури. На сьогодні соціальна відповідальність означає, що організація повинна працювати таким чином, щоб приносити користь суспільству.

The article attempts to theoretically understand the role of social responsibility in the organization's management system. It was established that the current decline and stagnation in the industry of Ukraine, caused by crisis situations, cannot be survived and overcome by traditional methods. Only radical measures on the part of the state are able to create conditions for the implementation of new management solutions, with the involvement of modern social standards and processes. In these conditions, society requires the state and its institutions to reorient themselves to the principles of social responsibility, to develop a whole set of issues related to the specifics of solving practical problems of increasing the efficiency of production and economic activity in the conditions of market relations and crisis phenomena caused by the coronavirus pandemic and war.

It is emphasized that the normal functioning of organizations and institutions in the conditions of market relations implies the search and development of a personal development strategy by each of them. In order to develop successfully, one must have an optimal relationship between costs and production results, find new

forms of capital investment, update and improve their products in accordance with market requirements, find more effective ways of bringing them to specific consumers, involve fundamentally new management methods, and in other words, the organization must be competitive, economically sustainable and socially responsible.

It was concluded that a national model of social responsibility has not yet been formed in Ukraine. This activity covers many directions, is aimed at meeting the primary needs of the population, is determined by the specifics of this stage of socialization of the economy and the traditions of solving social problems related to the activities of social infrastructure. Today, social responsibility means that the organization should work in such a way as to benefit society.

Ключові слова: соціальна відповідальність, управлінський вплив, принципи соціальної відповідальності, корпоративна соціальна відповідальність.

Key words: social responsibility, managerial influence, principles of social responsibility, corporate social responsibility.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Протягом останніх років в Україні невпинно збільшується зацікавленість до принципів соціальної відповідальності у діяльності як державних так і приватних установ та організацій, активізація яких спричинена як обмеженнями коронавірусної пандемії, так і початком повномасштабної війни росії проти України, яка переважно більшістю характеризується волонтерською діяльністю, і має стати визначальною для держави та структур усіх форм власності особливо у повоєнний час і з вступом України до Європейського Союзу. Сьогодні найвідоміші міжнародні організації витрачають велику частину своїх коштів на вивчення та впровадження соціальної відповідальності у своїх довгострокових стратегіях розвитку. Уряди світових країн також не оминають увагою питання розробки нормативно-правового підґрунтя яке б стимулювало розвиток соціальної відповідальності у різних сферах. Проблема сталого розвитку досить давно є головною у порядку денному багатьох міжнародних організацій, конференцій та самітів. Наразі світова спільнота змінює парадигму капіталістичних цінностей на цінності соціально-економічного змісту, що штовхає як державні так і приватні установи до зміни організації діяльності та власне ідеології цього процесу.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Розвиток соціальної відповідальності розглядається в працях вітчизняних і зарубіжних науковців: А. Колота, І. Багрової, Н. Гілберта, В. Гриньової, С. Гончарової, П. Спікера, С. Тетерського, О. Кривицької, та ін. Науковцями різних галузей сформовано системну теоретико-методологічну базу для подальшого дослідження корпоративної соціальної відповідальності, серед них: Р. Акерман, Р. Бауер, Г. Боуен, Д. Вотау, П. Друкер, А. Керролл, С. Сеті, В. Фредерік.

ЦІЛІ СТАТТІ

У статті зроблена спроба теоретичного осмислення ролі соціальної відповідальності у системі формування управлінського впливу як запоруки сталого розвитку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Історія багата на приклади коли реалізація соціальної активності ставала актом відповіді на негативні результати, процеси дії від підприємницької діяльності (кріпацтво, рабовласництво). Підприємці — меценати головною метою вважали покращення соціального та майнового стану працівників, що фактично було передвісником корпоративної соціальної відповідальності. На початку 50-х років розпочалась "Сучасна ера" концепції соціальної та корпоративної відповідальності цьому передувала публікація книги Говарда Боуена "Обов'язки бізнесмена" завдяки якій у науковий обіг було запроваджено визначення Концепції соціальної відповідальності що полягає у "зобов'язання компаній щодо відображення очікувань і цінностей суспільства в їх виконанні, і, таким чином, передбачення загальної вигоди для суспільства як найважливіший фактор їх діяльності" [1].

Однак така концепція КСВ також зазнала серйозної критики. Інший науковець американського походження вчений — економіст, Мілтон Фрідман був прибічником іншого підходу до концепції у сфері соціальної відповідальності у науковій праці "Соціальна відповідальність бізнесу полягає в збільшенні прибутку". Він вважав що соціальна відповідальність бізнесових кіл має бути зосереджена на тому, щоб нарощувати прибуток, таким чином сприяючи підвищенню виплат власникам компанії. Мілтон Фрідман відмічав що компанія не є суб'єктом відповідальності. Реальними суб'єктами відповідальності повинні бути виключно приватні власники та управлінці вищої ланки. М. Фрідман зазначив, "що соціальна відповідальність бізнесу відрізняється своєю аналітичною розкутістю та відсутністю строгості, що почуття соціальної відповідальності може мати лише людина, підприємства за своєю природою не можуть" [11]. В подальші роки "уявлення про підприємницьку діяльність змінилися, і корпорації стали розглядатися як члени суспільства, які служать потреб суспільства та виховання соціальної моралі в бізнес-поведінці (Societal Approach). Р. Едвард Фрімен представив теорію зацікавлених сторін (1984), яка стверджує, що корпорації мають відносини з багатьма групами в суспільстві (зацікавленими сторонами) і що відповідальні корпорації повинні враховувати інтереси всіх зацікавлених сторін (підхід зацікавлених сторін)" [12]. В 1990-х роках поча-

ли з'являлись теми пов'язані, із корпоративним управлінням, корпоративним громадянством, діловою етикою. В цей час сформульовано поняття корпоративної соціальної відповідальності — що розумілось як внесок бізнесових структур в сталий розвиток. В той же час існує багато різних визначень і термінів, які застосовуються для розкриття змісту корпоративної соціальної відповідальності, це зокрема соціальні, економічні та екологічні результати поєднані добровільним характером і беручі до уваги відносини зацікавлених учасників, які розкривають комплексний обсяг корпоративної соціальної відповідальності. Одна з найбільш широко прийнятих концепцій корпоративної соціальної відповідальності у наукових працях була розроблена Арчі Керролом, "який представив піраміду корпоративної соціальної відповідальності, що містить чотири категорії корпоративної соціальної відповідальності при цьому економічна категорія формує основу, на якій будуються правові, етичні та філантропічні категорії. У той час як компанії повинні прагнути досягти високих результатів у всіх категоріях у будь-який час, хороші показники на нижчих рівнях розглядаються як передумова для досягнення цілей вищих категорій" [7]. Деякі фахівці вважають, що соціальна відповідальність не відповідає природі бізнесу, що головне це — прибуток. Відтак соціальна відповідальність набула більш широкого визнання і тепер практикується у різних сферах та галузях. В наш час молоде покоління все більше керується у своїх діях принципами соціальної відповідальності, а отже стимулюють зміни на робочому місці. Різноманітні визначення корпоративної соціальної відповідальності за своїм змістом є академічними, завдяки напрацюванням різних організацій наприклад таких як Комісія Європейських Співтовариств. Відповідно до визначення, що розроблено та схвалено Європейською комісією (2011), під корпоративною соціальною відповідальністю розуміється "керівну бізнес-політику, згідно з якою компанії враховують соціальні та екологічні проблеми у своїй власній бізнес-місії, стратегії та діяльності, а також у своїй взаємодії з зацікавленими сторонами на добровільній основі" [12].

Нормальне функціонування установ чи організацій в умовах ринкових відносин свідчить про те, що майже усі вони прагнуть розробити сучасну особисту стратегію розвитку. Успішний розвиток потребує встановлення оптимального співвідношення між витратами та результатами виробництва, пошуку нових форм капітальних вкладень, оновлення та вдосконалення продукції відповідно до вимог ринку, пошуку більш ефективних способів реалізації продукції конкретним споживачам і фундаментального їх впровадження. Нові підходи до управління: організації мають бути конкурентно здатними, спроможними, економічно стійкими та соціально відповідальними.

Останнім часом Україна все більше активізує увагу на питаннях застосування та запровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності, активізація спричинена початком військової агресії росії проти України, яка визначається переважно волонтерською діяльністю, що має стати вирішальним фактором для бізнесу в післявоєнний період особливо після вступу України до Європейського Союзу. У той же час концепція

соціальної відповідальності та корпоративної соціальної відповідальності активно розвивалася в світі протягом останніх десятиліть. Українські компанії дуже рідко використовують у своїй діяльності принципи соціальної відповідальності, ще рідше виступають їх популяризаторами посиляючись на фінансову неспроможність. Така ситуація негативно позначається на процесі запровадження соціальної відповідальності не лише в приватній, а й у державній сфері. Принцип соціальної відповідальності або, а особливо концепція соціальної відповідальності в контексті будь-якої справи для бізнесу чи організації означає діяльність для досягнення своїх фінансових цілей, а також допомоги суспільству. Головний зміст полягає в тому, що справа має поєднати прибуткову діяльність з діяльністю, яка скерована та приносить користь суспільству. Іншими словами, зміст соціальної відповідальності організації має бути спрямований не лише на максимізацію прибутку, а повинен приймати рішення і вживати дії, прийнятні з позиції завдань, цінностей і цілей суспільства.

Світова спільнота сформулювала принципи соціальної відповідальності, що відображені у Глобальному договорі ООН і Міжнародних стандартах SA 8000 і ISO 26000.

Глобальний договір ООН (2000) — це потужна світова ініціатива, утворена з метою реалізації для просування принципів корпоративної, соціальної та інших видів відповідальності як в державних так і приватних установах. Станом на 2021 рік вона нараховує більше ніж 12765 компаній з 163 країн світу, у тому числі 64 українських компанії.

У Глобальному договорі зафіксовано "Десять принципів соціальної відповідальності" які подано рис. 1.

Стандарт SA 8000 скерований на забезпечення привабливості умов найму для працівників, покращення рівня умов їхньої праці та життя. Компанії, у яких менеджмент реалізується відповідно до вимог стандарту SA 8000, більш конкурентно здатні, що виражається у високій мотивації персоналу, це дає можливість результативніше запроваджувати сучасні методи та технології менеджменту задля досягнення поставлених цілей, забезпечуючи постійну рентабельність та розвиток. Міжнародний стандарт ISO 26000:2010 "Настанова по соціальній відповідальності" сприяє організаціям в упорядкуванні в сфері соціальної відповідальності. Цей стандарт окреслює чітке розуміння соціальної відповідальності і покрокову інструкцію для всіх організацій. Пандемічні виклики, що торкнулися майже усього цивілізованого світу та подальша ескалація військових подій із боку країни агресора спричинили складний період стагнації економіки України. В той же час євроінтеграційний курс залишається головним пріоритетом у міжнародній діяльності. Такий стан справ підсилює практичну діяльність установ та організацій та наближає їх до норм та стандартів ЄС, активізує процеси публічного звіту перед суспільством, щодо виконання різних програм які стосуються усіх сфер розвитку суспільства та питань національного відродження.

Організації та установи звітуючи про соціальну відповідальність своєї діяльності активізують потребу в запровадженні нових стандартів звітності відповідно до наявних та прийнятих практик звітування в країнах

Принципи прав людини	Принцип 1. Комерційні компанії повинні забезпечувати та поважати захист прав людини, проголошених на міжнародному рівні.
	Принцип 2. Комерційні компанії повинні забезпечувати, щоб їхня власна діяльність не сприяла порушенню прав людини. Принципи праці.
	Принцип 3. Комерційні компанії повинні підтримувати свободу зібрань і дієве визнання права на колективні переговори.
	Принцип 4. Комерційні компанії повинні сприяти викориненню примусової або обов'язкової праці.
	Принцип 5. Комерційні компанії повинні сприяти дієвому викориненню дитячої праці.
	Принцип 6. Комерційні компанії повинні сприяти дієвому викориненню дискримінації стосовно зайнятості та працевлаштування.
Екологічні принципи	Принцип 7. Комерційні компанії повинні дотримуватися обережних підходів до екологічних проблем.
	Принцип 8. Комерційні компанії повинні ініціювати поширення екологічної відповідальності.
	Принцип 9. Комерційні компанії повинні стимулювати розвиток і розповсюдження екологічно чистих технологій.
Антикорупційний принцип	Принцип 10. Комерційні компанії повинні протидіяти будь-яким формам корупції, включаючи злициство. Міжнародний стандарт SA 8000 «Соціальна відповідальність», який опублікований у 1997 році (переглянутий – у 2001 році), встановлює вимоги до соціального захисту: дитячої праці; примусової праці; охорони праці; свободи об'єднань і права на укладання колективного договору; дискримінації; дисциплінарних заходів; робочого часу; заробітної плати; системи управління.

Рис. 1. Десять принципів соціальної відповідальності

Джерело. складена автором на підставі [15].

ЄС.

Міжнародний стандарт SA 8000 "Соціальна відповідальність", який було оприлюднено у 1997 році (зі змінами — у 2001 році), регламентує вимоги до соціального захисту: дитячої праці; дискримінації; охорони праці; примусової праці; заробітної плати; свободи об'єднань і права на укладання колективного договору; дисциплінарних заходів; системи управління; робочого часу. Стандарт SA 8000 скерований на підвищення привабливості умов найму для співробітників, поліпшення умов, рівня життя і праці. Установи та організації, у яких менеджмент реалізується відповідно до вимог стандарту SA 8000, мають високу конкурентоздатність, яка виражається у високій мотивації персоналу, що сприяє більш дієвому застосуванню систем сучасного менеджменту задля досягнення намічених цілей, підвищуючи постійну рентабельність. Міжнародний стандарт ISO 26000:2010 "Настанова по соціальній відповідальності" сприяє організаціям в процесі організації своєї діяльності у сфері соціальної відповідальності. Ця настанова дає чітке розуміння соціальної відповідальності і розгорнутий план дій для всіх організацій.

В результаті пандемії коронавірусу, яка охопила весь, а особливо агресія рф зумовили складний період та кризи в системі управління багатьох галузей та сфер в Україні. в цих умовах не фінансова звітність, щодо соціальної відповідальності отримує все більшу увагу з боку інвесторів які мають бажання долучитися до інвестиційних проектів, які скеровані не лише на отримання прибутку, але й головним чином на розвиток та збереження суспільства та навколишнього середовища. На думку критиків приватні організації за своєю природою нездатні розглядати суспільство як зацікавлену сторону, молодь активніше відгукується на соціальну відповідальність і є активними ініціаторами змін. Тобто соціальна відповідальність це перш за все певні особи, організації та установи, організації головним завданням яких діяти в інтересах суспільства, навколишнього середовища.

Розвиваючи свою соціальну відповідальність, організації слід враховувати три взаємозв'язки: 1) між організацією та суспільством; 2) як її рішення і діяльність впливають на суспільство; 3) очікування відносно відповідних запитів, що пред'являються суспільством і які виникають в результаті цього проблеми. Це варто робити, розглядаючи основні та проблемні питання соціальної відповідальності власне:

— між організацією та її зацікавленими сторонами. Організації варто знати про різні зацікавлені сторони. Рішення та діяльність організації можуть надавати потенційний і реальний вплив на ці особи та організації. Це потенційний і реальний вплив є основним "інтересом", який вимагає розгляду організації або приватних осіб як зацікавлених сторін;

— між зацікавленими сторонами та суспільством. Слід розуміти взаємозв'язок між інтересами зацікавлених сторін, на які впливає організація, з однією стороною, і очікуваннями суспільства з іншою.

Хоча зацікавлені сторони є частиною суспільства, вони можуть мати інтереси, які не відповідають очікуванням суспільства. Зацікавлені сторони мають унікальне відношення до організації інтересів, які можуть відрізнитися від очікувань суспільства щодо соціальної відповіді по кожному з питань. Наприклад, інтерес постачальника (отримати оплату) і інтерес спільноти (дотримання договірних умов) можуть бути різними сторонами однієї проблеми. При визнанні своєї соціальної



Рис. 2. Складові елементи соціальної відповідальності організації

Джерело. складено автором.

відповідальності необхідно враховувати всі три взаємозв'язки. Організації, її зацікавлені сторони та співтовариство, ймовірно, будуть мати різні погляди із-за того, що вони будуть мати різні цілі. Слід визнати, що приватні особи та організації можуть мати багато різноманітних інтересів, які можуть впливати на рішення та діяльність організації.

Для того, щоб визначити межі своєї соціальної відповідальності, виявити наявні проблеми та особисті пріоритети, організації доцільно розглянути наступні складові, які виступають визначальними векторами на пряму її діяльності що подані на рис. 2:

Кожна з зазначених складових містить спектр проблем, пов'язаних із соціальною відповідальністю. Однак необхідно обов'язково враховувати, що соціальна відповідальність динамічна і виражає еволюцію різного роду проблем та питань, тому в майбутньому можуть виникнути й інші проблеми або група проблем. Планування відносно основних елементів та майбутніх проблем що можуть виникати повинно ґрунтуватися на принципах і практиках соціальної відповідальності. По кожній складовій організації варто визначити і контролювати всі проблеми, які мають важливий або істотний вплив на її рішення

Таблиця 1. Сім кроків для перетворення соціальної відповідальності на соціальну вигоду

Крок	Зміст
Визначення дій, які призводять до змін	Як вплив групи та зміни зовнішнього середовища змінюють установу (організацію).
Наповнення їх змістом	Як зробити оцінку вище зазначених дій та їх вплив на стратегію розвитку установи (організації).
Визначення умов раціональності	Як створити раціональні умови з метою покращення стратегій із врахуванням організаційної структури, мети установи (організації) та інші поточні питання.
Зобов'язання до певних дій	Визначити як покращені стратегії впливають на структуру управління, цінності, стиль лідерства установи (організації).
Інтеграція і пошук ресурсів	Як інтегрувати різні аспекти соціальної відповідальності які впливають з попередніх кроків. Визначення потрібних ресурсів.
Залучення груп впливу	Яким чином залучити групу впливу для визначення та запровадження оновлених стратегій.
Вимірювання й звітування	Як робити оцінку та звіт щодо питань піднятих у попередніх кроках, як оцінити прогрес досягнутий під час запровадження визначених стратегій.

Джерело: сформовано на основі [5].

ня і діяльність. При оцінці можливостей реалізації проблеми варто враховувати короткострокові та довгострокові цілі. Тим не менш, не існує заздалегідь визначеного порядку, в якому організації слід розглянути основні теми і вирішити проблеми; цей порядок буде залежати від самої організації та її власної стратегії.

Розвиваючи та підтримуючи вищезазначені елементи можемо говорити про те що соціальна відповідальність в деяких ситуаціях може перетворитися у соціальну вигоду. Умовно поділимо цей процес перетворення на сім кроків: [5]

Зазначені етапи — є узагальненим результатом різного досвіду соціальної відповідальності. Його усвідомлення може трансформуватись у стимул для здійснення різнопланових соціальних заходів. "В залежності від конкретного стану суспільства, головних потреб й інтересів, від підприємств очікується різноманітний набір соціальних критеріїв. Сьогодні в Україні до них відносять: соціальний захист та турбота про співробітників; чесна та повна сплата податків; участь в житті й розбудові місцевої громади; доступність, прозорість інформації щодо продукції, про ціноутворюючий механізм, екологічну безпечність виробництва та товарів; чесність конкуренції; моральність та добропорядність бізнесу; співпраця із іншими групами впливу в розв'язанні соціальних, економічних, екологічних й інших проблем" [4].

Отже соціальна відповідальність означає, що окремі особи та організації зобов'язані діяти в найліпших інтересах за для збереження навколишнього середовища в цілому та суспільства зокрема.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК

В Україні наразі ще не є сформованою вітчизняна модель соціальної відповідальності. Майбутня модель має охоплювати безліч напрямків, спрямовуватись на розв'язання першочергових завдань та потреб суспільства, все це зумовлюється особливостями наявного етапу соціалізації економіки а також традиціями реалізації соціальних проблем, що торкаються діяльності соціальної інфраструктури. На сьогодні соціальна відповідальність означає, що організація повинна працювати таким чином, щоб приносити користь суспільству. Соціально відповідальні організації мають запровадити політику, яка буде скерована на добробут суспільства та навколишнього середовища, в той же час зменшуючи навантаження на нього. Організації не залежно від рівня впливу повинні діяти відповідально багатьма способами, через заохочення волонтерства, за для зменшення шкоди навколишньому середовищу дотримуючись етичної норм та стандартів праці та приймаючи участь у благодійності. Споживачі (суспільство) більш активно прагнуть отримувати послуги в соціально відповідальних організаціях, що впливає на їх розвиток та імідж. Соціальна відповідальність також може підвищити моральний дух організації, особливо коли установа має можливість залучати працівників до своїх соціальних

справ та проєктів. В цілому, соціальна відповідальність результативніша, коли цей процес в організації є добровільним, тобто не носить примусового характеру, коли організація виступає ініціатором, а не чекає, поки уряд вимагатиме від неї цього через регулювання, що в кінцевому додатку є однією з умов сталого розвитку.

Література:

1. Андрушків Б. М. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства. Тернопіль: ТНТУ, 2010. 230 с.
2. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / [Лазоренко О., Колишко Р. та ін.]. К.: Вид-во "Енергія", 2008. 96 с.
3. Бажур Д. О. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління. Україна: аспекти праці. 2013. № 1. С. 271.
4. Борецька Н. В. Участь держави у формуванні національної моделі корпоративної соціальної відповідальності. Державне управління. 2013. № 4. С. 80—85.
5. Воробей В. А. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В. Воробей. Києво-Могилянська Бізнес-Студія. 2005. № 10. URL: <http://www.management.com.ua/cm/cm037.html> (дата звернення 10.07.2023).
6. Задихайло Д. В. Корпоративне управління: навч. посіб. / за ред. Д. В. Задихайло. Х. Еспада, 2003.
7. Інноваційні засади формування концепції комплексної науковотехнічної програми: "Нова економіка Тернопільської області" (ресурсоекономічний контекст) / Б.М. за ред.: Б.М. Андрушківа. Тернопіль: ТзОВ "Видавництво "Астон", 2014. 208 с.
8. Коник Д. Л. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні. Київ: Батискаф, 2012. 71 с.
9. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Лі Н. К.: Стандарт, 2005. 302 с.
10. Кривоус В. А. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті формування партнерських взаємовідносин між державою, бізнесом та суспільством. Журнал європейської економіки. 2016. Т. 15, № 2. С. 172—182.
11. Островська Г. Й. Особливості розвитку готельно-ресторанної справи: кухні народів світу. / за ред. Г. Й. Островської. Тернопіль: Підручники і посібники, 2018. 268 с.
12. Управління інноваційною діяльністю. Книга 1. / за заг. ред. Б.М. Андрушківа. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2015. 334 с.
13. Хміль Ф. І. Соціальна відповідальність підприємства в Україні. Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". 2015. № 1. 230 с.
14. Baldo, M. A State of the Art of Corporate Social Responsibility Diffusion in Italy: Limits and Potentials. Corporate Social Responsibility in Europe. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-13566-3_24
15. Dogan, E. & Degermen Erenkol, A. Corporate social responsibility and consumers perceptions of social responsibility activities. Eurasian Academy of Sciences Eurasian Business & Economics Journal. 2016. No. 2. P. 627.

References:

1. Andrushkiv, B. (2022), Stratehichne upravlinnia innovatsijnym rozvytkom pidpryemstva [Strategic management of innovative development of the enterprise], Ternopil, Ukraine.
2. Lazorenko, O. and Kolyshko, R. (2008), Bazova informatsiia z korporatyvnoi sotsial'noi vidpovidal'nosti [Basic information on corporate social responsibility], Enerhiia, Kyiv, Ukraine.
3. Baiura, D. (2013), "Corporate social responsibility in the system of corporate management", Ukraina: aspekty prats, Vol. 1.
4. Boretska, N. (2013), "State participation in the formation of the national model of corporate social responsibility", Derzhavne upravlinnia, vol. 4, pp. 80—85.
5. Vorobei, V. (2005), "Corporate social responsibility or profit?", Kyievo-Mohylianska Biznes-Studiia, vol. 10, Available at.: <http://www.management.com.ua/cm/cm037.html> (Accessed 10.07.23).
6. Zadykhailo, D. (2003), Korporatyvne upravlinnia [Corporate management], Espada, Kharkiv, Ukraine.
7. Andrushkiv, B.M. Dudkin, P.D. Melnyk, L.M. Stoiko, I.I. and Sherstiuk, R.P. (2014), Innovatsijni zasady formuvannia kontseptsii kompleksnoi naukovotekhnichnoi prohramy: "Nova ekonomika Ternopil's'koi oblasti" (resursoekonomichnyj kontekst) [Innovative principles of the formation of the concept of a complex scientific and technical program: "New economy of Ternopil region" (resource-economic context)], TzOV "Vydavnytstvo "Aston", Ternopil, Ukraine.
8. Konyk, D. (2012), Sotsial'na vidpovidal'nist' biznesu v Ukraini [Social responsibility of business in Ukraine], Batyskaf, Kyiv, Ukraine.
9. Kotler, F. and 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 do as much good as possible for your company and society], Standart, Kyiv, Ukraine.
10. Kryvovus, V. (2016), "Corporate social responsibility in the context of the formation of partnership relations between the state, business and society", Zhurnal yevropeiskoi ekonomiky, Vol. 15 (2), pp. 172—182.
11. Ostrovska H. (2018), Osoblyvosti rozvytku hotel'no-restorannoï spravy: kukhni narodiv svitu [Features of the development of the hotel and restaurant business: cuisines of the nations of the world. Tutorial], Pidruchnyky i posibnyky, Ternopil, Ukraine.
12. Andrushkiv, B.M. (2022), Upravlinnia innovatsijnoiu diial'nistiu. Knyha 1 [Management of innovative activities. Book 1], FOP Palanytsia V.A., Ternopil, Ukraine.
13. Khmil, F. (2015), "Social responsibility of entrepreneurship in Ukraine", Ekonomichniy visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy "Kyivskiy politekhnichnyi instytut", vol. 1.
14. Baldo, M. (2015). "A State of the Art of Corporate Social Responsibility Diffusion in Italy: Limits and Potentials", Corporate Social Responsibility in Europe. Available at.: https://doi.org/10.1007/978-3-319-13566-3_24 (Accessed 18.07.23).
15. Dogan, E. & Degermen Erenkol, A. (2016). "Corporate social responsibility and consumers perceptions of social responsibility activities", Eurasian Academy of Sciences Eurasian Business & Economics Journal, vol. 2. *Стаття надійшла до редакції 10.08.2023 р.*