

ISSN 2409-9260 (Print)
ISSN 2415-3869 (Online)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВСЕУКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МОЛОДИХ НАУКОВЦІВ

НАУКОВИЙ ВІСНИК
Одеського національного економічного університету

Збірник наукових праць

№ 7-8 (284-285), 2021

Виходить 10-12 разів на рік (5-6 випусків) • Заснований у грудні 1994 р.

Одеса
2021

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Головний редактор

Коваленко Вікторія Володимирівна, доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна

Заступники головного редактора

Слатвінська Марина Олександрівна, доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна,
Шелудько Сергій Андрійович, кандидат екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна

Технічний редактор

Кулікова Єлизавета Олександрівна, викладач, фахівець I категорії, Одеський національний економічний університет, Україна

Амброзі Маріан Маріанович кандидат філософських наук, доцент, Коледж міжнародного бізнесу ISM Словаччина в Пряшеві (Словаччина),
Божинова Маріяна доктор екон. наук, професор, Академія економіки ім. Д. А. Ценова, Республіка Болгарія, Бухтіарова Аліна Геннадіївна кандидат екон. наук, доцент, Сумський державний університет, Україна, Валігура Володимир Андрійович кандидат екон. наук, доцент, Західноукраїнський національний університет, Україна, Васильчишин Олександра Богданівна доктор екон. наук, доцент, Західноукраїнський національний університет, Україна, Гончаренко Олена Миколаївна доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна, Горовий Дмитро Анатолійович доктор екон. наук, професор, Харківський технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Україна, Гросу Вероніка доктор економічних наук, професор, Сучавський університет імені Штефана чел Маре, (Сучава, Румунія), Гудзь Тетяна Павлівна доктор екон. наук, доцент, Вищий навчальний заклад Укоопспілки, Полтавський університет економіки і торгівлі, Україна, Єрмакова Ольга Анатоліївна доктор екон. наук, професор, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, Жаворонко Артур Віталійович кандидат екон. наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Жердецька Лілія Вікторівна доктор екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна, Заротіадіс Грігоріс кандидат екон. наук, доцент, університет Аристотеля в Салоніках, Греція, Зборіна Ірина Михайлівна кандидат екон. наук, доцент, Поліський державний університет, Республіка Білорусь, Збрицька Тетяна Петрівна кандидат екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна, Зеленка Владімір кандидат екон. наук, доцент, Вища школа економіки у Празі, Чеська Республіка, Кетнерс Карліс доктор екон. наук, професор, Банківська вища школа бізнесу і фінансів, Латвійська Республіка, Кузіна Руслана Віліївна доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна, Кузнецова Інна Олексіївна доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна, Лайко Олександр Іванович доктор екон. наук, старший науковий співробітник, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, Літвінов Олександр Сергійович доктор екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна, Лоханова Наталія Олексіївна доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна, Маркс-Бельська Рената кандидат екон. наук., доцент, Вармінсько-Мазурський університет в Ольштині, Республіка Польща, Меджибовська Наталія Семенівна доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Мельник Леонід Васильович доктор екон. наук, доцент, Національний університет водного господарства та природокористування, Україна, Міхальчук Камелія-Каталіна, кандидат екон. наук, доцент, Сучавський університет імені Штефана чел Маре, (Сучава, Румунія), Муршудді Фахри Фуад огли доктор філософії з економіки, докторант кафедри фінансів і фінансових інститутів Азербайджанського державного економічного університету (Азербайджан), Нездоймінов Сергій Георгійович кандидат екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна, Онищенко Світлана Володимирівна доктор екон. наук, професор, Національний Університет «Полтавська політехніка ім. Ю. Кондратюка, Україна, Пантелєєва Наталія Миколаївна доктор екон. наук, професор, Черкаський науково-навчальний інститут Університету банківської справи, Семенова Валентина Григорівна доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна, Слободяник Юлія Борисівна доктор екон. наук, професор, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана, Україна, Сментина Наталія Валентинівна доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна, Сівік Людмила Єгорівна доктор екон. наук, професор, Поліський державний університет, Республіка Білорусь, Тульвінські Міхаїла кандидат екон. наук, доцент, Сучавський університет імені Штефана чел Маре, (Сучава, Румунія), Уханова Інна Олегівна кандидат екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна, Хомутенко Алла Віталіївна доктор екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна, Чоботару Маріус-Сорін кандидат екон. наук, лектор, Сучавський університет імені Штефана чел Маре, (Сучава, Румунія), Шикіна Ольга Володимирівна кандидат екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна

Міжнародна представленість та індексація:

Index Copernicus International (ICV 2018: 75.22).
Google Scholar (h-індекс - 10).
Open Ukrainian Citation Index (OUCI). CrossRef.
Dimensions.
Реферативна база даних «Україніка наукова».
Український реферативний журнал «Джерело».
Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського.
Наукова електронна бібліотека eLIBRARY.ru.
Електронний репозитарій Одеського національного економічного університету.
Російський індекс наукового цитування (РІНЦ)

Засновник та видавець:

Одеський національний економічний університет
Свідцтво про Державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації:

Серія КВ № 20991-10791 ПП

від 18 серпня 2014 р. (перереєстрація)

Включено до категорії «Б» в «Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук» на підставі наказу Міністерства

освіти і науки України від 02.07.2020 р. № 886

Адреса редакції та видавця:

65082, м. Одеса, вул. Гоголя, 18, ауд. 110,
Одеський національний економічний університет,
науково-редакційний відділ, тел.: (+38048) 777-89-16
e-mail: visnik.nauka@oneu.edu.ua
web-site: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/index.php>

ЗМІСТ

Рецензії.....	10
ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ	
Баранова Вікторія, Мамонтова Ірина	
Дискусійні питання класифікації фінансових важелів.....	12
Гончаренко Олена, Добриніна Людмила, Гончаренко Анатолій	
Розвиток інфраструктури фондового ринку України для забезпечення ефективної інвестиційної діяльності: теоретичні аспекти.....	16
Гудз Тетяна	
Фактори розвитку банківського кредитування підприємств в Україні.....	24
Жердецька Лілія, Ткач Вікторія	
Банківська система у забезпеченні економічного зростання: теорія та емпіричний взаємозв'язок.....	33
Юрга Світлана	
Особливості управління оборотним капіталом в умовах ринкових трансформацій в Україні.....	47
Коваленко Вікторія, Кутишенко Руслан	
Управління корпоративним бізнесом у банках в умовах цифровізації.....	54
Шелудько Сергій, Бабков Микита	
Емпіричні ознаки домінування немонетарних чинників у інфляційних процесах в Україні.....	62
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ	
Карпов Володимир, Грендиш Дарія	
Актуалізація стратегії розвитку міста Білгород-Дністровський до 2028 року.....	69
Губарева Ірина	
Теоретичні засади ідентифікації основних змістовних детермінант розвитку деревообробної промисловості країн світу.....	76
МЕНЕДЖМЕНТ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ	
Пахаренко Олександр	
Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на розвиток підприємницьких мереж в Україні.....	86
Руденко Микола	
Методичні підходи до оцінки впливу цифровізації на функціонування сільськогосподарських підприємств.....	94
МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ	
Літвінов Олександр, Гуменюк Ілона	
Управління оборотним капіталом підприємства.....	103
Бабець Ірина	
Інституціональні інструменти детінізації ринку транспортних послуг в регіонах України.....	109
Орленко Ольга, Макась Сергій	
Особливі риси сектору інтернет підприємництва.....	117
Сментина Наталія	
Виноградарство як перспективний напрям розвитку агробізнесу.....	123
Грицаєнко Микола	
Формування соціальної відповідальності в економічному механізмі реалізації соціального капіталу підприємства.....	130
ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА	
Терещук Оксана, Лесюк Тетяна, Дробецька Влада	
Аналіз ринку туристичних послуг Італії як фактор розвитку суспільства та економіки до та під час пандемії covid-19.....	143
МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ	
Тарасевич Наталія	
Міжнародний досвід державної підтримки аграрного сектору економіки.....	150
АНАЛІЗ, АУДИТ, ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ	
Черкашина Тетяна, Іваннікова Олена	
Бухгалтерський облік як основна складова системи внутрішнього контролю на підприємстві: проблемні аспекти та напрямки вирішення.....	156

ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В ЕКОНОМІЧНОМУ МЕХАНІЗМІ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Грицаєнко М. І., кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, м. Мелітополь, Україна

e-mail: nick.grytsayenko@tsatu.edu.ua

ORCID ID: 0000-0003-2507-771X

***Анотація.** Метою статті є визначення впливу економічного механізму реалізації соціального капіталу підприємства на формування його соціальної відповідальності. У процесі дослідження використано діалектичні методи пізнання процесів і явищ, монографічний метод (опрацювання наукових доробок з питань розвитку соціальної відповідальності підприємств), емпіричний метод (комплексна оцінка стану об'єкта дослідження), абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення та формулювання висновків). У статті надана авторська дефініція соціальної відповідальності підприємства, а також наведена класифікація її видів. Проведена оцінка сучасного стану впровадження соціальної відповідальності іноземними та вітчизняними підприємствами, побудована математична модель впливу факторів на її оцінку. Розраховані інтегральні індикатори соціальної відповідальності для сукупності суб'єктів підприємництва різних розмірів в окремих видах економічної діяльності, розглянуті приклади реалізації заходів внутрішньої та зовнішньої соціальної відповідальності в провідних компаніях, що функціонують на українському ринку. Виявлений зв'язок соціальної відповідальності підприємства з механізмом реалізації його соціального капіталу, а також запропоновані інституціональні перетворення для його накопичення та ефективного використання.*

***Ключові слова:** соціальний капітал, соціальна відповідальність, інституційний підхід, інтегральний індикатор соціальної відповідальності, нефінансові звіти підприємств.*

FORMATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE ECONOMIC MECHANISM OF REALIZATION OF SOCIAL CAPITAL OF THE ENTERPRISE

Hrytsaienko Mykola, PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities, Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University, Melitopol, Ukraine

e-mail: nick.grytsayenko@tsatu.edu.ua

ORCID ID: 0000-0003-2507-771X

***Abstract.** The purpose of the article is to determine the impact of the economic mechanism of realization of social capital of the enterprise on the formation of its social responsibility. The research used dialectical methods of cognition of processes and phenomena, monographic method (elaboration of scientific works on the development of social responsibility of enterprises), empirical method (comprehensive assessment of the object of research), abstract-logical (theoretical generalizations and conclusions). Based on the study of literary sources, the author's definition of the theoretical essence of social responsibility of the enterprise as one of the institutions of sustainable economic development is given. To reveal the versatility and complexity of the object of study, the classification of types of social responsibility by levels of economic system, concepts, levels of responsibility and direction. An assessment of the current state of implementation of social responsibility by foreign and domestic enterprises. A mathematical model of social responsibility of the world's leading companies is built to determine the quantitative impact of certain factors on its rating. To be able to identify shortcomings, as well as adjust the relevant activities of enterprises, integrated indicators of social responsibility are calculated for a set of business entities of different sizes in certain types of economic activity. Examples of implementation of measures of internal and external social responsibility in the leading companies operating in the Ukrainian market are considered. The connection of social responsibility of the enterprise with the mechanism of realization of its social capital which defines public interests of interested parties from implementation of its principles, and also causes ways of attraction of resources necessary for this purpose is revealed. Institutional transformations in the field of social responsibility of the enterprise are identified, which have an impact on the accumulation and efficiency of direct use of social capital, which encourages further research of the conceptual foundations of its formation and functioning.*

***Keywords:** social capital, social responsibility, institutional approach, integrated indicator of social responsibility, non-financial reports of enterprises.*

JEL Classification: E710, Q010, Q130

Постановка проблеми. Зринкова система господарювання за період власного існування пройшла довгий шлях від класичного капіталізму з його головною метою – максимізацією прибутку за будь-яку ціну, до соціально-орієнтованої економіки, коли прибуток безпосередньо створюється працівниками та залежить від іміджу підприємства, а соціальний капітал перетворюється в найважливіший ресурс виробництва. Посилення ролі відповідальності

бізнесу в процесі забезпечення стійких конкурентних переваг національної економіки пов'язано з соціальною орієнтацією ринкової системи господарювання на сучасному етапі постіндустріального розвитку. Бізнес змушений прийняти на себе значну частину соціально-орієнтованих витрат, оскільки його власний розвиток напряму залежить від кваліфікації та інноваційних можливостей персоналу, а також наявності в нього особливих зв'язків – соціального капіталу. Саме тому важливою методологічною проблемою стає поглиблений аналіз соціальної відповідальності бізнесу, що вимагає теоретичних досліджень тенденцій розвитку значущої складової продуктивних сил – соціального капіталу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. ВДослідженню питань соціальної відповідальності бізнесу присвячена значна кількість наукових публікацій закордонних учених, в тому числі Бацінелло Е. [1], Бгале С. [2], Бутковіца Л. Л. [3], Магрізоса С. [4], Замана Р. [5], Жанга І. [6] та багатьох інших науковців. Так, Бацінелло Е., Тонтіні І. та Албертон А., використовуючи вибірку із 103 компаній, що базуються в Бразилії, проаналізували стратегічний вплив економічних, соціальних та екологічних аспектів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на результати діяльності малих та середніх підприємств (МСП) [1]. Бгале С. та Бгале С. дослідили життєво важливі аспекти КСВ у сучасному бізнес-сценарії, щоб встановити її взаємозв'язок з прагматичним діловим етосом у пошуках сталого зростання та економічного розвитку [2].

Бутковіц Л. Л., Томсіц Д. та Каселй С. на основі опитування серед великих хорватських будівельних компаній щодо КСВ в контексті співпраці із зацікавленими сторонами визначили сучасний стан КСВ у хорватській будівельній галузі з точки зору знань та практики та запропонували спільну стратегічну точку зору як життєздатний підхід до КСВ [3]. Магрізос С., Аспоспорі Е., Царріган М. та Йонес Р. на прикладі МСП, які активно беруть участь у діяльності з КСВ у країнах Південно-Східної Європи під час економічної кризи Єврозони, виявили, що помітність та близькість зацікавлених сторін пом'якшують зв'язок між КСВ та фінансовими показниками [4].

Заман Р., Надеем М. і Царваял М., використовуючи інтерв'ю з вищими керівниками фірм, що котируються на фондовій біржі Нової Зеландії, надали дослідницькі докази щодо взаємодії корпоративного управління та КСВ, довівши, що брак ресурсів та баланс витрат та часу є загальними перешкодами для їхнього прийняття [5]. Жанг І., Ванг Л., Гуо Ф. і Янг І. проаналізували вплив інтернаціоналізації на КСВ у китайських фірмах. Вони виявили, що інтернаціоналізація суттєво покращує показники КСВ, коли якість інституційного середовища приймаючої країни є кращою, а фірми є державними підприємствами, фірмами від бізнесу до споживача та працюють у соціально чутливих галузях [6].

Серед вітчизняних досліджень питань корпоративної соціальної відповідальності варто виділити роботи Білан О. С. [7], Длугопольського О. В. [8], Коровицької О. А. [8], Кравцова С. С. [9], Маліка М. Й. [10], Мостепанюк А. В. [11], Станкевича Ю. Ю. [12], Чижишина О. І. [13], Шпикуляка О. Г. [10] та інших науковців. Так, Білан О. С. визначила основні аспекти КСВ, її вплив на рівень капіталізації компанії, а також обґрунтувала напрями скорочення систематичних і несистематичних ризиків [7]. Длугопольський О. В. і Коровицька О. А. на основі аналізу нефінансової корпоративної звітності та світового досвіду КСВ висунули пропозиції для вітчизняних корпорацій [8].

Кравцов С. С. і Клімова А. М. визначили сутність соціальної відповідальності та існуючі концепції її дослідження [9]. Малік М. Й. Мамчур В. А. і Шпикуляк О. Г. надали науково-аналітичну оцінку сучасних практик забезпечення соціальної відповідальності суб'єктів аграрного підприємництва [10]. Мостепанюк А. В. узагальнила наукові підходи до визначення сутності, основних принципів та методів реалізації корпоративної соціальної відповідальності у сучасній ринковій економіці [11]. Станкевич Ю. Ю. дослідив основні підходи до розуміння сутності корпоративної соціальної відповідальності, проаналізував основні проблеми, що перешкоджають її поширенню на вітчизняному просторі [12]. Чижишин О. І. визначив сутність та необхідність застосування соціальної відповідальності у вітчизняному бізнесі, а також запропонував заходи вдосконалення податкової системи, відродження галузей промислового виробництва, покращання якості та безпечності вітчизняної продукції, поліпшення експортно-імпортних стосунків із країнами ЄС [13].

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на наявність публікації з питань соціальної відповідальності бізнесу, залишаються недостатньо висвітленими проблеми створення та використання соціального капіталу як одного із головних факторів імплементації її засад у корпоративну і бізнес-стратегію підприємства.

Мета дослідження. Метою дослідження є визначення впливу економічного механізму реалізації соціального капіталу підприємства на формування його соціальної відповідальності.

Основний матеріал. Розглядаючи соціальний капітал як соціально-економічний феномен, необхідно підкреслити його нерозривний зв'язок з інститутом соціальної відповідальності, сучасний період дослідження якої характеризується різноманіттям трактувань (табл. 1).

Таблиця 1

Трактування сутності поняття «соціальна відповідальність»

Автор	Сутність поняття
соціальна відповідальність як соціальна інвестиція	
Білан О. С. [7, с. 75]	... корпоративна соціальна відповідальність є своєрідною соціальною інвестицією, тим методом управління, який дозволяє підвищити рівень капіталізації без значних капітальних вкладень
інституційний підхід до визначення соціальної відповідальності	
Длугопольський О. В., Коровицька О. А. [8, с. 55]	... одним із найважливіших інститутів цивілізованої ринкової економіки стає соціальна відповідальність, яка включає у себе відповідальність компанії у взаємовідносинах із партнерами та споживачами, а також відповідальну політику щодо працівників, екологічну відповідальність і сприяння розвитку бізнесу для сталого розвитку суспільства
соціальна відповідальність як свідомий підхід до ведення бізнесу	
Котлер Ф., Лі Н. [14]	вільний вибір компанії на користь зобов'язання підвищувати добробут суспільства, реалізуючи відповідні підходи до ведення бізнесу і виділяючи корпоративні ресурси
Кравцов С. С., Клімова А. М. [9]	Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають.
Малік М. Й., Мамчур В. А., Шпикуляк О. Г. [10, с. 7]	... з одного боку, соціальна відповідальність – це виконання підприємством соціальних зобов'язань, передбачених законодавством, через добровільне здійснення витрат на соціальні проекти, з іншого – понад встановлені податковим, трудовим, екологічним та іншим законодавством, виходячи не з вимог закону, а з моральних, етичних міркувань. Загалом, соціальна відповідальність – це стійкий соціальний розвиток суспільства через формування відповідних складових
Міжнародний стандарт ISO 26000:2010 [15]	соціальна відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство та навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, що - сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я та добробут суспільства; - враховує очікування зацікавлених сторін; - відповідає чинному законодавству та відповідає міжнародним нормам поведінки; - інтегрується в організації і практикується у її взаємовідносинах
Мостепанюк А. В. [11, с. 17]	1) у широкому розумінні корпоративна соціальна відповідальність – це ведення комерційної діяльності з урахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін (працівників, споживачів, постачальників, партнерів та довкілля) та в межах норм чинного законодавства; 2) у вузькому розумінні – це участь бізнесу у проектах, спрямованих на вирішення нагальних соціальних (екологічних) проблем і підвищення рівня добробуту місцевих громад і суспільства в цілому.
Станкевич Ю. Ю. [12, с. 172]	... під корпоративною соціальною відповідальністю ми будемо розуміти стратегію розвитку компанії, що передбачає впровадження в свою діяльність економічних, соціальних, екологічних очікувань суспільства.
Чижишин О. І. [13, с. 129]	Соціальна відповідальність – це зобов'язання щодо виконання тих чи інших моральних, етичних, економічних, екологічних норм, що встановлені державою, суспільством до підприємства, недотримання яких вимагає від порушника відповідати за свої помилки та провини.

Джерело: складено автором на основі опрацювання літературних джерел

Так, Білан О. С., надаючи визначення соціальної відповідальності, практично ототожнює її з соціальними інвестиціями [7], Длугопольський О. В. і Коровицька О. А. наголошують на інституційному підході до визначення цього поняття [8]. Разом з тим Котлер Ф. і Лі Н. [14], Кравцов С. С. і Клімова А. М. [9], Малік М. Й., Мамчур В. А. і Шпикуляк О. Г. [10], Мостепанюк А. В. [11], Станкевич Ю. Ю. [12], Чижишин О. І. [13], а також Міжнародний стандарт ISO 26000:2010 [15] визначають соціальну відповідальність здебільшого як свідомий підхід до ведення бізнесу. Безумовно, кожне з наведених визначень з того чи іншого боку розкриває сутність цього багатогранного, міждисциплінарного поняття.

Вважаємо найбільш обґрунтованим інституційний підхід, завдяки якому соціальну відповідальність доцільно розглядати як інститут сталого розвитку економіки, який функціонує завдяки закріпленню законодавчих та соціальних норм впливу бізнесу на суспільство та навколишнє середовище.

Опрацювання наукових публікацій надає можливість сформуванню класифікації видів соціальної відповідальності (рис. 1).

Розглядаючи соціальну відповідальність за рівнями економічної системи, вважаємо, що вона повинна бути притаманною як окремій особі (відповідальність у стосунках між людьми, за долю родини, країни тощо), так і підприємству (відповідальність перед державою, суспільством і власним персоналом), галузі і регіону (відповідальність перед суб'єктами господарювання та суспільством), державі (відповідальність за сталий розвиток, побудову соціально-орієнтованої ринкової економіки, поширення сучасних стандартів якості життя тощо) та іншим державам і міждержавним фондам та організаціям (відповідальність за забезпечення прав людини, стандартів праці, охорону навколишнього середовища).

Викликає науковий інтерес стратифікація соціальної відповідальності бізнесу за концепціями теорії «корпоративного егоїзму» (єдина відповідальність бізнесу – збільшення прибутків для своїх акціонерів), теорії «корпоративного альтруїзму» (підприємство має робити внесок у покращання добробуту населення), а також теорії «розумного егоїзму» (бізнес, витрачаючи гроші на благодійність, створює сприятливе соціальне середовище, покращуючи імідж компанії, що забезпечує її виживання, безпеку, стійкість).

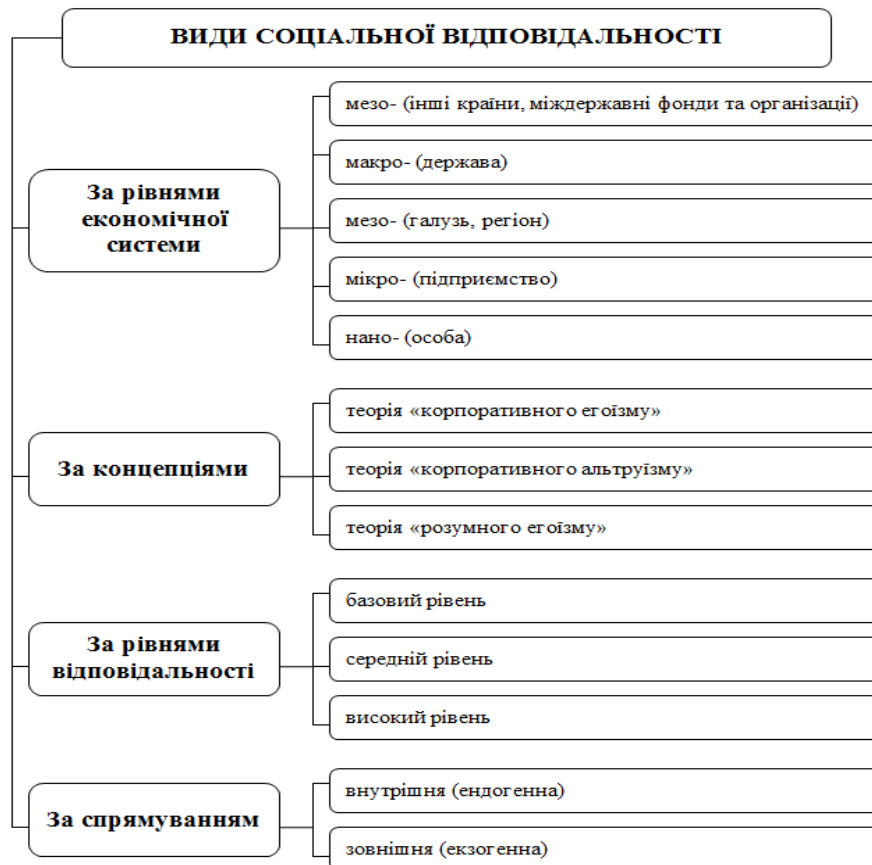


Рис. 1. Класифікація видів соціальної відповідальності

Джерело: сформовано автором на основі опрацювання літературних джерел

За рівнями відповідальності види соціальної відповідальності можна розподіляти за базовим (економічно-правова відповідальність), середнім (етична відповідальність) та високим (філантропічна відповідальність) рівнями. За спрямуванням можна виокремити внутрішню, або ендогенну соціальну відповідальність (відповідальність роботодавців перед працівниками) та зовнішню, або екзогенну відповідальність (взаємні зобов'язання держави, бізнесу і суспільства).

Досвід передових іноземних та вітчизняних підприємств свідчить про те, що соціальну відповідальність розглядають не тільки як теоретичну основу розвитку бізнесу, але й активно впроваджують безпосередньо в практичну діяльність як головну стратегію. Міжнародна організація CorporateRegister публікує відомості про кількість підприємств світу, які офіційно подають звіти з корпоративної відповідальності (табл. 2, 3).

Таблиця 2

Динаміка кількості офіційно поданих звітів про корпоративну відповідальність в окремих країнах Європи

Країна	Кількість компаній, які подали звіти з КСВ за 2016-2020 рр.	Кількість звітів з КСВ за 2016-2020 рр.	2016	2017	2018	2019	2020
Великобританія	1682	12093	815	788	684	723	763
Німеччина	1444	8991	673	645	680	757	734
Іспанія	954	6591	519	531	512	540	492
Італія	914	5837	370	389	488	526	529
Франція	868	6507	580	586	559	618	565
Швеція	593	4646	335	342	394	440	437
Швейцарія	406	3109	230	238	220	238	251
Австрія	360	2020	148	140	149	153	143
Данія	296	2327	172	189	192	205	200
Фінляндія	225	1922	112	122	133	141	146
Норвегія	222	1492	90	86	98	103	122
Польща	109	623	47	51	59	50	54
Угорщина	72	400	22	19	15	17	18
Чехія	37	249	15	17	17	18	14
Румунія	33	162	11	14	23	22	19
Україна	23	115	9	14	10	10	9
Ісландія	14	109	10	10	11	11	7
Болгарія	13	79	7	6	5	6	5
Сербія	12	95	11	8	10	7	7
Словаччина	9	111	7	6	7	8	5

Джерело: сформовано за даними CorporateRegister

За 2016-2020-ті роки за кількістю офіційно поданих звітів про корпоративну відповідальність в країнах Європи лідирують Великобританія (12093 звіти від 1682-х організацій) та Німеччина (8991 звіт від 1444-х організацій). В Україні за цей період було подано лише 115 звітів від 23 організацій, але ці показники перевищують дані таких європейських країн як, наприклад, Ісландія, Болгарія, Сербія, Словаччина.

Серед країн – колишніх республік СРСР – Україна за кількістю організацій, які подали нефінансові звіти, займає лідируючі позиції, пропустивши вперед лише Росію, яка значно перевищує її за розмірами. Незважаючи на це, можна стверджувати, що, у порівнянні з розвинутими країнами в Україні недостатній розвиток соціальної відповідальності як елементу стратегії розвитку бізнесу.

Таблиця 3

Динаміка кількості офіційно поданих звітів про корпоративну відповідальність в країнах – колишніх республіках СРСР

Країна	Кількість компаній, які подали звіти з КСВ за 2016-2020 рр.	Кількість звітів з КСВ за 2016-2020 рр.	2016	2017	2018	2019	2020
Росія	105	798	67	76	67	71	66
Україна	23	115	9	14	10	10	9
Литва	17	99	9	9	11	12	9
Естонія	14	132	10	11	14	12	12
Казахстан	11	76	10	10	7	6	7
Латвія	11	52	3	4	8	8	8
Грузія	4	25	1	1	0	1	3
Молдова	3	18	1	2	1	1	0
Азербайджан	3	32	3	2	3	2	1
Узбекистан	2	2	0	0	0	0	0
Білорусь	2	14	2	0	2	1	3
Киргизстан	1	9	1	1	1	1	1
Туркменістан	0	0	0	0	0	0	0
Таджикистан	0	0	0	0	0	0	0
Вірменія	0	0	0	0	0	0	0

Джерело: сформовано за даними CorporateRegister

Всесвітня організація 3BL Media розраховує рейтинг передових соціально відповідальних компаній світу, який побудований на відносинах в трудовому колективі, зусиллях компанії з охорони навколишнього середовища, запобіганні зміні клімату, підтримці місцевого населення, захисті прав людини, дієвості заходів соціальної відповідальності, корпоративному управлінні, а також фінансових результатах. За даними рейтингу «100 Best Corporate Citizens», який був визначений в 2020-му році, нами була побудована модель:

$$Y=107,153 \cdot x_1^{-0,01614} \cdot x_2^{-0,00877} \cdot x_3^{-0,01187} \cdot x_4^{-0,00721} \cdot x_5^{0,003622} \cdot x_6^{-0,00758} \cdot x_7^{-0,01798} \cdot x_8^{-0,01548} \quad (1)$$

де Y – загальна зважена оцінка індексу корпоративної соціальної відповідальності;

- x_1 – відношення до зміни клімату;
- x_2 – відносини з працівниками;
- x_3 – поводження з навколишнім середовищем;
- x_4 – ефективність ESG (Environmental. Social. Governance);
- x_5 – фінанси;
- x_6 – управління;
- x_7 – права людини;
- x_8 – зацікавлені сторони та суспільство.

Графік фактичних та розрахункових значень (рис. 2) свідчить про адекватність побудованої моделі.

Адекватність моделі степеневій функції визначається за допомогою F-критерію Фішера за формулою:

$$F_{\text{розр.}} = \frac{\sum (y_i \text{ розр.} - \bar{y}_{\text{серед.розр.}})^2}{m} \times \frac{n-m-1}{\sum (y_i - \bar{y}_{\text{розр.}})^2} \quad (1)$$

де n – кількість спостережень;
 m – кількість факторів, включених в модель.



Рис. 2. Графіки фактичних (Y) та розрахованих ($U_{розрах}$) за побудованою моделлю значень загальної зваженої оцінки індексу корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

Розрахований F -критерій Фішера дорівнює 71,7881, що значно перевищує табличне значення ($F_{табл} = 0,3357$). Це свідчить про те, що з вірогідністю 95% побудована модель відповідає вихідним даним, тобто її доцільно використовувати в подальших дослідженнях.

Показники ступенів i -ого аргументу відображають еластичність зміни результативного показника в залежності від варіації факторних ознак. Тобто значення ступенів при показниках $x_1 \dots x_8$ відображають те, на скільки відсотків зміниться розмір загальної зваженої оцінки індексу корпоративної соціальної відповідальності при зміні відповідних субіндексів на 1%. За розрахунками найбільший вплив на результативний показник має відношення корпорації до прав людини – його зміна на 1% спричинить відповідну зміну індексу корпоративної соціальної відповідальності на -179,8 ppm.

Для проведення кількісної оцінки соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва в окремих видах економічної діяльності (мезорівень) пропонуємо використання методики розрахунку інтегрального індикатора [16], але не для окремого підприємства, а для їхньої сукупності, за формулою:

$$I_{с.в.} = I_{р.п.} \times I_{ч.п.} \times I_{з.п.} \quad (2)$$

де $I_{с.в.}$ – інтегральний індикатор соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва відповідного виду економічної діяльності;

$I_{р.п.}$ – індикатор зміни обсягів реалізованої продукції;

$I_{ч.п.}$ – індикатор зміни чисельності працівників;

$I_{з.п.}$ – індикатор зміни середньої заробітної плати.

Грунтуючись на обраній методиці, проведені розрахунки інтегральних індикаторів соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва різних розмірів окремих видів економічної діяльності (табл. 4).

За розрахунками, в 2019-му році найвищий інтегральний індикатор соціальної відповідальності був у суб'єктів великого підприємництва в сільському, лісовому та рибному господарствах (2,28), а також суб'єктів середнього і малого підприємництва у сфері постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (відповідно 1,74 та 1,68). При цьому найменші значення цього індексу були у суб'єктів малого підприємництва у промисловості (1,07), суб'єктів великого підприємництва у сфері постачання електроенергії,

газу, пари та кондиційованого повітря (1,07), а також суб'єктів середнього підприємництва в сільському, лісовому та рибному господарствах (1,08).

Таблиця 4

Розрахунок інтегрального індикатору соціальної відповідальності суб'єктів великого, середнього та малого підприємництва в Україні за окремими видами економічної діяльності

Суб'єкти підприємництва	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство										
Великі	1	1,31	2,45	1,18	1,84	2,56	0,83	0,71	2,12	2,28
Середні	1	1,37	1,43	0,96	1,38	1,6	1,53	1,52	1,4	1,08
Малі	1	2,83	1,72	1,22	1,46	1,5	1,64	1,82	1,44	1,21
Промисловість										
Великі	1	1,62	1,17	0,98	0,84	1,11	1,15	1,48	1,5	1,16
Середні	1	1,28	1,24	1,07	1,15	1,6	1,54	1,56	1,37	1,22
Малі	1	1,49	1,33	1,46	0,96	1,66	1,41	1,84	1,51	1,07
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря										
Великі	1	1,74	1,33	1,03	0,91	1,08	1,31	1,26	1,38	1,07
Середні	1	1,09	1,2	1,26	1,13	2	1,71	1,37	1,38	1,74
Малі	1	1,79	1	1,26	1,59	1,55	1,91	1,77	1,65	1,68
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність										
Великі	1	1,49	1,22	1	0,77	1,77	1,4	1,52	1,58	1,21
Середні	1	1,38	1,49	0,97	1,06	1,71	1,45	1,57	1,27	1,31
Малі	1	1,73	1,41	1,86	0,98	1,5	1,28	1,85	1,55	1,35

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України

За розрахунками, в 2019-му році найвищий інтегральний індикатор соціальної відповідальності був у суб'єктів великого підприємництва в сільському, лісовому та рибному господарствах (2,28), а також суб'єктів середнього і малого підприємництва у сфері постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (відповідно 1,74 та 1,68). При цьому найменші значення цього індексу були у суб'єктів малого підприємництва у промисловості (1,07), суб'єктів великого підприємництва у сфері постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (1,07), а також суб'єктів середнього підприємництва в сільському, лісовому та рибному господарствах (1,08).

Вважаємо, що динаміка та діапазон значень інтегрального індикатору соціальної відповідальності за суб'єктами підприємництва та видами економічної діяльності, з одного боку, підкреслюють їх особливості, з іншого – свідчать про недостатній рівень впровадження соціальної відповідальності в їх діяльність.

Нами розглянуті окремі показники нефінансової звітності, які характеризують заходи внутрішньої (ендогенної) та зовнішньої (екзогенної) соціальної відповідальності провідних компаній, які функціонують на українському ринку та за сумою сплати податкових платежів входять до сотні найбільших в Україні (табл. 5, 6).

Так, у ДП «НАЕК «Енергоатом» в 2019-ому році порівняно з 2017-м роком чисельність працівників зросла лише на 0,4%, при цьому фонд оплати праці збільшився в 1,8 рази, відрахування до спеціального фонду державного бюджету на соціальні компенсації в 1,2 рази, витрати на підготовку персоналу – в 3,6 разів, витрати на охорону праці – в 1,4 рази. Все це можна віднести до заходів з внутрішньої (ендогенної) соціальної відповідальності. Одночасно до заходів зовнішньої (екзогенної) соціальної відповідальності можна віднести розмір сплачених податків до бюджетів всіх рівнів, який в 2019-му році порівняно з 2017-м роком збільшився на 55%, а також витрати на природоохоронні заходи, які відповідно зросли в 1,4 рази.

Динаміка показників соціальної відповідальності
ДП «НАЕК «Енергоатом»

Показники соціальної відповідальності	2017	2018	2019	2019 до 2017, %
Заходи внутрішньої (ендогенної) соціальної відповідальності				
Чисельність працівників, осіб	34610	34295	34736	100,4
Фонд оплати праці, млн. грн.	6204,5	8070,0	11024,2	177,7
Відрахування до спеціального фонду державного бюджету на соціальні компенсації, млн. грн.	386,0	424,0	473,4	122,6
Витрати на підготовку персоналу, млн. грн.	36,1	108,6	131,2	363,4
Витрати на охорону праці, млн. грн.	327,8	399,0	464,9	141,8
Заходи зовнішньої (екзогенної) соціальної відповідальності				
Сплачено податків до бюджетів всіх рівнів, млн. грн.	12509,0	10692,6	19392,2	155,0
Витрати на природоохоронні заходи, млн. грн.	226,1	272,3	311,9	137,9

Джерело: сформовано автором на основі нефінансових звітів компанії

В компанії Метінвест (табл. 6) чисельність персоналу в 2019-му році порівняно з 2017-м роком зросла на 0,8%. При цьому необхідно відмітити наступні заходи внутрішньої (ендогенної) соціальної відповідальності. Розмір середньомісячної заробітної плати в 2019-му році порівняно з 2017-м роком збільшився в 1,7 рази і становив 984 дол. США. Одночасно інвестиції в навчання персоналу збільшилися в два рази, в охорону праці – на 25,9%. Кількість працівників, які пройшли навчання за корпоративним програмами, збільшилось на 7,9%, кількість дорослих, які отримали послуги з оздоровлення – на 26,9%.

До заходів зовнішньої (екзогенної) соціальної відповідальності можна віднести витрати на охорону навколишнього середовища, які за відповідний період зросли на 70,7%, а також соціальні інвестиції, які збільшилися на 35,7%.

Таблиця 6

Динаміка показників соціальної відповідальності компанії Метінвест

Показники соціальної відповідальності	2017	2018	2019	2019 до 2017, %
Заходи внутрішньої (ендогенної) соціальної відповідальності				
Чисельність персоналу, осіб	66038	66241	66565	100,8
Середньомісячна заробітна плата, дол. США	584	720	984	168,5
Інвестиції в навчання персоналу, млн. дол. США	2,9	4,7	5,8	200,0
Кількість працівників, які пройшли навчання за корпоративними програмами, осіб	37300	41200	40238	107,9
Інвестиції в охорону праці, млн. дол. США	81	95	102	125,9
Отримали послуги з оздоровлення, осіб:				
дорослі	24468	26925	31058	126,9

діти	8217	7820	7902	96,2
Заходи зовнішньої (екзогенної) соціальної відповідальності				
Витрати на охорону навколишнього середовища, млн. дол. США	225	263	384	170,7
Соціальні інвестиції, млн. дол. США	8,4	12,5	11,4	135,7
в т.ч.:				
соціальна інфраструктура	6,0	7,4	4,8	80,0
спорт і культура	0,6	0,7	1,9	316,7
освіта	0,9	1,0	1,6	177,8
екологічна культура	0,9	1,0	1,6	177,8
охорона здоров'я	0,6	0,8	1,0	166,7
підвищення активності місцевих громад	0,3	0,3	0,3	100,0
благодійність	0,2	0,2	0,2	100,0

Джерело: сформовано автором на основі нефінансових звітів компанії

Наведені приклади є свідченням того, що нова українська парадигма розвитку бізнесу зазнає суттєвих перетворень під впливом об'єктивних змін у світовому суспільному розвитку.

Розглядаючи соціальну відповідальність, окремі дослідники підкреслюють її безпосередній зв'язок з соціальним капіталом підприємства. Так, наприклад, Базилевич В., Гражевська Н., Мостепанюк А. та Вірченко В. наполягають на тому, що «...основним результатом соціальної відповідальності бізнесу є нагромадження соціального капіталу, що проявляється як окремий ресурс та як засіб мобілізації необхідних ресурсів» [17]. Безумовно, в існуючій парадигмі суспільного розвитку їх сумісний вплив є незаперечним. Але, розглядаючи причинно-наслідковий зв'язок між цими поняттями, приходимо до висновку, що саме наявність соціального капіталу, який пропонуємо визначати як «...сукупність здатних забезпечувати дохід зв'язків та соціально-економічних відносин, які виникають у певній соціальній мережі на основі існуючих норм та довіри» [18, с. 61], є першопричиною для впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу (рис. 3).

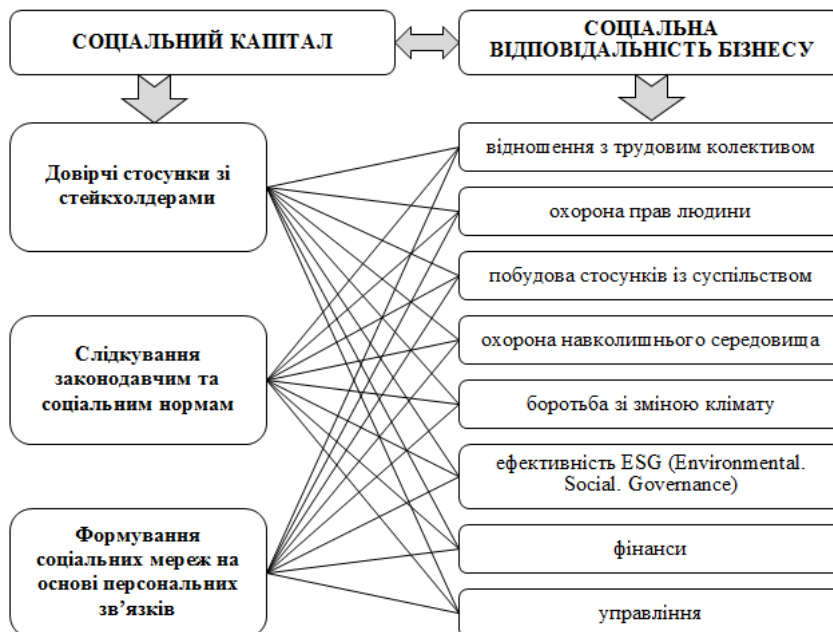


Рис. 3. Взаємозв'язок соціального капіталу та соціальної відповідальності бізнесу
Джерело: сформовано автором на основі опрацювання літературних джерел

Вважаємо, що слідкування законодавчим та соціальним нормам, з одного боку, є базисом для формування довірчих стосунків між стейкхолдерами, з іншого – для створення соціальних мереж на основі особистих зв'язків. Ці процеси характеризують накопичення соціального капіталу, наявність якого зумовлює очікування спільної вигоди від впровадження принципів соціальної відповідальності, а також механізм залучення необхідних для цього ресурсів. Вважаємо, що «... формування соціального капіталу можливо завдяки прямим інвестиціям в програми адаптації, спільного навчання, наставництва, що сприятиме формуванню розвиненої соціальної мережі, підвищенню рівня довіри в трудовому колективі і, як наслідок, накопиченню соціального капіталу підприємства» [19, с. 187].

В свою чергу соціальна відповідальність, особливо інституційні перетворення у сфері її реалізації, мають суттєвий вплив на накопичення та використання самого соціального капіталу підприємства. Так, вдосконаленню існуючих норм та росту довіри в суспільстві (головним складовим соціального капіталу) сприятимуть модернізація законодавчої та нормативно-правової баз діяльності бізнесу, захисту прав власності, інвесторів, охорони праці та навколишнього середовища. Росту довіри в суспільстві та, як наслідок, розвитку соціальних мереж сприятимуть соціальне партнерство держави, бізнесу та суспільства. Створення HR-бренду підприємства буде позитивно впливати на добробут існуючого штату його працівників, а також розповсюджувати в суспільстві привабливе уявлення про нього, що також благотворно вплине на рівень довіри та формування соціальних мереж. До аналогічних наслідків призведе соціальне інвестування – вкладення в розвиток соціальної інфраструктури, освіти, спорту і культури, охорони здоров'я, в екологію, благодійність, а також підвищення активності місцевих громад.

Висновки. Соціальна відповідальність виступає головним чинником формування конкурентних переваг у подальшому розвитку бізнесу. Авторське трактування її теоретичної сутності ґрунтується на інституціональному підході, завдяки якому соціальну відповідальність бізнесу доцільно розглядати як один з інститутів сталого розвитку економіки.

Класифікація видів соціальної відповідальності за рівнями економічної системи, концепціями, рівнями відповідальності та за спрямуванням надає змогу більш повно розкрити багатогранність та складність об'єкта дослідження.

Проведена науково-аналітична оцінка сучасних практик впровадження іноземними підприємствами соціальної відповідальності як головної стратегії розвитку бізнесу свідчить про її активізацію. В той же час серед українських підприємств ця практика хоча і існує, але не знаходить необхідного розповсюдження.

Побудована математична модель соціальної відповідальності провідних в цьому питанні компаній світу надає можливість визначити кількісний вплив окремих факторів на її рейтингову оцінку, що доцільно використовувати в подальших дослідженнях.

Комплексна оцінка соціальної відповідальності сукупності суб'єктів вітчизняного підприємництва різних розмірів в окремих видах економічної діяльності проведена на основі розрахунків інтегральних індикаторів. Динаміка та діапазон отриманих результатів підкреслюють особливості, надають можливість виявити недоліки, а також коригувати відповідну діяльність підприємств.

Розглянуті приклади заходів внутрішньої (ендогенної) та зовнішньої (екзогенної) соціальної відповідальності провідних компаній, які функціонують на українському ринку, свідчать про істотні трансформації в українській парадигмі розвитку бізнесу.

Формування соціальної відповідальності тісним чином пов'язане з економічним механізмом реалізації соціального капіталу підприємства, який визначає суспільні інтереси зацікавлених сторін від імплементації її принципів, а також обумовлює способи залучення необхідних для цього ресурсів. З іншого боку, інституціональні трансформації в сфері реалізації соціальної відповідальності підприємства здійснюють вплив на накопичення та ефективність використання безпосередньо соціального капіталу, що спонукає до подальших досліджень концептуальних засад його формування та функціонування.

Список літератури

1. Bacinello E., Tontini G., Alberton A. Influence of corporate social responsibility on sustainable practices of small and medium-sized enterprises: Implications on business performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2021. Vol. 28, № 2. P. 776-785.
2. Bhāle S., Bhāle S. CSR – In Pursuit of Sustainable Growth and Economic Development.

Sustainability and Social Responsibility: Regulation and Reporting. 2018. P. 3-28. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-10-4502-8_1#citeas (accessed July, 15, 2021).

3. Butkovic L.L., Tomsic D., Kaselj S. Collaborative Strategic View in Corporate Social Responsibility – Construction Industry Case. *Business Systems Research*. 2021. Vol. 12, № 1. P. 144-163.
4. Magrizos S., Apospori E., Carrigan M., Jones R. Is CSR the panacea for SMEs? A study of socially responsible SMEs during economic crisis. *European Management Journal*. 2021. Vol. 39, № 2. P. 291-303.
5. Zaman R., Nadeem M., Carvajal M. Corporate governance and corporate social responsibility synergies: evidence from New. *Meditari Accountancy Research*. 2021. Vol. 29, № 1. P. 135-160.
6. Zhang G., Wang L., Guo F., Yang G. Does corporate internationalization affect corporate social responsibility? Evidence from China. *Emerging Markets Review*. 2021. Vol. 46. № 100794.
7. Білан О.С. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник підвищення вартості компанії. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 54. С. 75-79.
8. Длугопольський О. В., Коровицька О. А. Емпіричні критерії оцінки політики соціальної відповідальності корпорацій. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Вип. 1 (24). С. 54-63.
9. Кравцов С. С., Клімова А. М. Корпоративна соціальна відповідальність туристичного підприємства: сутність та напрями впровадження. *Ефективна економіка*. 2019. № 10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_10_43 (дата звернення: 15.07.2021).
10. Малік М. Й., Мамчур В. А., Шпикуляк О. Г. Інституціональне середовище та формування соціальної відповідальності аграрних підприємств. *Економіка АПК*. 2017. № 12. С. 5-13.
11. Мостепанюк А. В. Сутність, принципи та методи реалізації корпоративної соціальної відповідальності в сучасній ринковій економіці. *Бізнес Інформ*. 2019. № 11. С. 13-22.
12. Станкевич Ю. Ю. Корпоративна соціальна відповідальність: сутність та проблеми поширення в Україні. *Молодий вчений*. 2016. № 5. С. 171-174.
13. Чижишин О. І. Значення і сутність соціальної відповідальності в умовах функціонування ринкової економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Вип. 6(3). С. 127-130.
14. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / пер. з англ. С. Яринич. Київ : Стандарт, 2005. 302 с.
15. ISO 26000:2010(en) Guidance on social responsibility. ISO : веб-сайт. URL: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en> (дата звернення: 15.07.2021).
16. Матвеева Я. А., Воронов Д. С. Количественная оценка корпоративной социальной ответственности предприятий нефтегазового комплекса. *Управление экономическими системами*. 2016. №12 (94), С. 1-16.
17. Vazylevych V. D. et al. Accumulation of social capital as a positive externality of corporate social responsibility development in transition economies. *Scientific Bulletin of National Mining University*. 2019. Vol. 1. P. 132–139.
18. Грицаєнко М. І. Сутність соціального капіталу та його особливості в аграрній сфері. *Економіка АПК*. 2018. № 1. С. 60-65.
19. Грицаєнко М. Інвестиції в соціальний капітал як інструмент реалізації соціальної відповідальності бізнесу. Socially competent management of corporations in a behavioral economy: Collection of scientific papers. *European institute of further education, Podhájaska*, 2021. Chapter II. С. 187-188.

References

1. Bacinello, E., Tontini, G. & Alberton, A. (2021). Influence of corporate social responsibility on sustainable practices of small and medium-sized enterprises: Implications on business performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(2), 776-785 [In Bangkok].
2. Bhāle, S. & Bhāle, S. (2021). CSR – In Pursuit of Sustainable Growth and Economic Development. *Sustainability and Social Responsibility: Regulation and Reporting*, 3-28. Retrieved from https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-10-4502-8_1#citeas (accessed July, 15, 2021) [In Germany].

3. Butkovic, L.L., Tomsic, D. & Kaselj, S. (2021). Collaborative Strategic View in Corporate Social Responsibility – Construction Industry Case. *Business Systems Research*, 12(1), 144-163. [In Poland].
4. Magrizos, S., Apospori, E., Carrigan, M. & Jones, R. (2021). Is CSR the panacea for SMEs? A study of socially responsible SMEs during economic crisis. *European Management Journal*, 39(2), P. 291-303. [In Netherlands].
5. Zaman, R., Nadeem, M. & Carvajal, M. (2021). Corporate governance and corporate social responsibility synergies: evidence from New. *Meditari Accountancy Research*, 29(1), 135-160. [In United Kingdom].
6. Zhang, G., Wang, L., Guo, F. & Yang, G. (2021). Does corporate internationalization affect corporate social responsibility? Evidence from China. *Emerging Markets Review*, 46, 100794. [In Netherlands].
7. Bilan, O. S. (2020). Corporate social responsibility as a factor in increasing the value of the company. *Black Sea Economic Studies*, 54, 75-79 [in Ukrainian].
8. Dluhopol's'kyj, O. V. & Korovyts'ka, O. A. (2020). Empirical criteria for evaluating corporate social responsibility policy. *Eastern Europe: Economy, Business and Management*, 1 (24), 54-63 [in Ukrainian].
9. Kravtsov, S. S. & Klimova, A. M. (2019). Corporate social responsibility of a tourist enterprise: essence and directions of implementation. *Efficient economy*, 10. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_10_43 (accessed July, 15, 2021) [In Ukrainian].
10. Malik, M. J., Mamchur, V. A. & Shpykuliak, O. H. (2017). Institutional environment and formation of social responsibility of agricultural enterprises. *The Economy of Agro-Industrial Complex*, 12, 5-13 [in Ukrainian].
11. Mostepaniuk, A. V. (2019). The essence, principles and methods of corporate social responsibility in a modern market economy. *Business Inform*, 11, 13-22. [In Ukrainian].
12. Stankevych, Yu. Yu. (2016). Corporate social responsibility: essence and problems of distribution in Ukraine. *Young scientist*, 5, 171-174. [In Ukrainian].
13. Chyzyshyn, O. I. (2016). The value and essence of social responsibility in a functioning market economy. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University*, 6(3), 127-130. [In Ukrainian].
14. Kotler, F. & Li, N. (2005). *Corporate social responsibility. How to do as much good as possible for your company and society*. Kyiv: Standard.
15. ISO 26000:2010(en) Guidance on social responsibility. ISO : website. Retrieved from: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en>.
16. Matveeva, Ya. A. & Voronov, D. S. (2016). A quantitative assessment of the corporate social responsibility of oil and gas enterprises. *Management of economic systems*, 12 (94), 1-16. [In Russ.].
17. Bazylevych, V. D. et al. (2019). Accumulation of social capital as a positive externality of corporate social responsibility development in transition economies. *Scientific Bulletin of National Mining University*, 1, 132–139. [In Ukrainian].
18. Hrytsaienko, M. I. (2018). The essence of social capital and its features in the agricultural sector. *The Economy of Agro-Industrial Complex*, 1, 60-65. [in Ukrainian].
19. Hrytsaienko, M. I. (2021). Investments in social capital as a tool for implementing corporate social responsibility. *Socially competent management of corporations in a behavioral economy: Collection of scientific papers*. Podhájska: European institute of further education, 187-188 [in Slovakia].