

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 338.45.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/180-27>**Попадюк О.В.**

кандидат економічних наук,
асистент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6797-8404>

Кравчук І.П.

кандидат економічних наук,
асистент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0708-3227>

Popadiuk Olena, Kravchuk Iryna

Yuri Fedkovych Chernivtsi National University

ОЦІНКА РІВНЯ ВНУТРІШНЬОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Дана стаття присвячена дослідженню актуальних критеріїв системи оцінювання рівня внутрішньої соціальної відповідальності підприємства. Доказано, що оцінювання соціальної відповідальності організації як фундамент погодження рішень на різних рівнях здержується, в першу чергу тим, що відсутня стала методологія такого оцінювання, яке надало б можливість одержати реальні індикатори розширення соціальної відповідальності підприємства, здійснювати зіставлення, діагностування процесу розвитку соціальної відповідальності бізнесу. Подана технологія оцінювання соціальної відповідальності підприємства на прикладі ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат». Зазначено реальний перелік оцінювальних показників соціальної відповідальності підприємства беручи до уваги їх виняткові особливості. Рекомендована методика оцінювання рівня внутрішньої соціальної відповідальності бізнесу є найбільш простою у застосуванні, містить в собі лімітовану кількість ключових для аналізу СВБ показників; ґрунтується на чисельних обчислювальних показниках, що дають змогу здійснювати максимально об'єктивні співставлення; базується на загальнодоступній та правдивій інформації; включає такі можливі галузі соціальної відповідальності бізнесу, як екологічну, трудову, благодійну, споживчу, економічну тощо.

Ключові слова: соціальна відповідальність, соціальне партнерство, соціалізація підприємства, індикатори соціальної відповідальності, показники рівня соціальної відповідальності.

ASSESSMENT OF THE LEVEL OF INTERNAL SOCIAL RESPONSIBILITY OF AN ENTERPRISE

The relevance of research on the socially responsible economic activity of Ukrainian business is exacerbated by the fact that the domestic economic environment has not passed in its historical development the necessary stages, which in Western society have led to an awareness of the importance of the philosophy of social responsibility. More obvious is becoming the fact that the reputation of domestic companies is increasingly dependent not only on their profitability, share value, and product quality but also on their activity in the field of social responsibility. However, different approaches to the understanding of social responsibility, inconsistency of actions, and lack of purposeful assessment and management mechanisms provide an unstable platform for further implementation of social responsibility principles in the overall strategy of an enterprise. The purpose of this article is to justify the need to present indicators of social responsibility in the financial statements of enterprises, as well as to deepen the methodological principles and develop practical recommendations regarding the provisioning of a system for assessing the strategic development of an enterprise on the basis and principles of social responsibility. The article uses econometric methods that were used to build models of an integrated approach to assessing the social responsibility of the food industry enterprises. It has been found that social responsibility is a vital component of the sustainable functioning of enterprises and is one of the strategic priorities of their development in the long term. The study showed that the need to implement the paradigm of social responsibility in the activities of domestic business structures for sustainable development and recovery from the socio-economic crisis can be resolved by methodological support for assessing the level of social responsibility of enterprises, which involves a combination of qualitative and quantitative indicators of assessment, determined by expert method and evaluated with a scoring method, with the identification of specific sectoral indicators of social responsibility, typical for the food industry enterprises, and the definition of its mandatory and voluntary levels.

Keywords: social responsibility, social partnership, socialization of an enterprise, indicators of social responsibility, indicators of the level of social responsibility.

JEL classification: A13, M14

Постановка проблеми. Необхідність вивчення та дослідження соціально відповідального господарювання вітчизняного бізнесу підкріплюється тією обставиною, що українське підприємницьке середовище не змогло пройти у своєму історичному розвитку потрібних етапів, які у закордонному суспільстві спричинили осмислення всієї значущості філософії соціальної відповідальності.

Чим раз, тим безсумнівним є той факт, що репутація українських компаній дедалі сильніше залежить не тільки від їхньої прибутковості, вартості акцій, рівня якості товарів, але й від їх активності у галузі соціальної відповідальності. Проте, різні підходи до розуміння цього поняття, непогодженість дій і недостатність існуючих механізмів планомірного управління у сфері соціальної відповідальності спричиняють нестійке підґрунтя для подальшої імплементації принципів соціальної відповідальності у колективну стратегію підприємства. За цих умов закономірним є посилення інтересу вчених і практиків до розроблення теоретичних положень та практичних рекомендацій щодо незмінного розвитку та об'єднання соціальної відповідальності у суспільну стратегію розвитку організації.

В умовах сьогодення впроваджуються міжнародні стандарти управління, вводяться системи соціальної відповідальності у повсякденну діяльність для зростання вартості підприємств, поліпшення іміджу. При наявності значної кількості напрацювань в розвитку концепції соціальної відповідальності, зокрема у напрямку від визначення, контролю і виміру чинників соціальної відповідальності, із залученням зрозумілих показників, до офіційної нефінансової звітності підприємств, ступінь дослідження впливу саме соціального капіталу на результативність діяльності підприємств досліджена недостатньо. Значення впливу соціального капіталу залишається недооціненим, хоча в сучасних умовах розвитку економіки України видається ключовим через значну адаптивність та відносно невисоку вартість його якомога повного використання.

Необхідно відмітити, що недостатньо дослідженими лишаються важливі питання щодо результативного впливу практик корпоративної соціальної відповідальності на спільноту, вимагають покращення методики та збільшення показників оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу на основі фінансової звітності. Спільним лімітуванням систем оцінки та звітування з соціальної відповідальності підприємства, які застосовуються в теперішній час, є їх визначення курсу на конкретного суб'єкта господарювання як предмету дослідження. Проблема залишається в тому, що зовсім незначний відсоток організацій, які дійсно здійснюють самооцінку із використанням визначених непримусових методик оцінювання.

Існуючий недосконалий методичний підхід до оцінки соціальної відповідальності бізнесу не дає можливість уникнути зайвого інформативного навантаження на основні показники. Наявність виокремленого переліку стимуляторів та дестимуляторів, дозволили б визначати як інтегральні вимірники соціальної відповідальності бізнесу, так і неповні (в кожній зі сфер) та точки, межі і поля соціально відповідального підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодення показує нам, що проблемі оцінювання системи

соціальної відповідальності бізнесу присвячується значна увага. Методичні аспекти ефективності соціальної відповідальності бізнесу досить повно освячені в роботах вітчизняних науковців, таких як Д. Бакори [1], М. Колесніка [2], Я. Панухник [3], О. Березіної [4], О. Грішної [5]. Як необхідні інструменти оцінювання та звітності із соціальної відповідальності бізнесу на корпоративному рівні застосовуються також міжнародні стандарти ISO 26000 [6], G3 [7], SA 8000 [8], AA 1000 SES [9]. Разом із тим при існуванні ряду досліджень зарубіжних і вітчизняних вчених з цієї проблематики, залишається багато невирішених питань, які вимагають подальшого обґрунтування.

Мета статті є поглиблення методичних засад і розробка практичних рекомендацій щодо забезпечення системи оцінювання стратегічного розвитку бізнесу на засадах та принципах соціальної відповідальності.

Виклад основного матеріалу. Фірма, як організація, вважається відкритою системою, що у прямому розумінні характеризує, що ця система передбачає наявність вільного входу/виходу. Тому, враховуючи умови сприятливого соціально-економічного клімату елементи соціуму, що формують соціальний капітал (кадри, люди) досліджують потенційну організацію як предмет втілення своїх економічних і не тільки інтересів. Як можливі, так і фактичні кадри підприємства володіють вільним доступом до системи. Враховуючи ту умову, що цивілізоване, розвинуте громадянське суспільство, як частина соціуму (люди) є власниками певних якостей, а саме: силою розуму, волі, духу, що виступають рушійною силою можливості, потреби і намагання впливати не тільки із зовні, але й одночасно всередині системи організації на фактори, що формують його внутрішнє середовище, а отже формують його внутрішню репутацію. Та сама обставина відбувається із профспілками як безпосереднім фактором зовнішнього оточення. А саме, через її дію та через активність її учасників, які є разом з тим працівниками організації, припустимий конкретний вплив на фірму (підприємство) із середини, а саме щодо таких питань, як умови праці, рівень продуктивності та оплати праці, техніко-технологічний розвиток тощо [10].

Нами було проаналізовано діяльність та звітність ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат». Коротка характеристика товариства: ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат» знаходиться в Чернівецькій області, його статутний капітал становить 1 027 540 грн, основний вид діяльності виробництво хліба та хлібобулочних виробів. На основі публікацій преси, інформації з мережі Internet, сайту ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат», слід зауважити, що товариство не є активним реалізатором принципів соціальної відповідальності.

Для кращого розуміння створимо таблицю показників, шляхом обчислення та інтерпретації яких дамо чисельну оцінку рівня соціальної відповідальності досліджуваного підприємства перед своїми працівниками (табл. 1).

На ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат» протягом останніх 5 років спостерігається значне скорочення коефіцієнта валового доходу (на 0,18), що слугує сигналом про необхідність системних дій (табл. 2).

Частка нематеріальних активів ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат» незначно зросла у 2021 р., проте залишається низькою – 0,076% від загальної вар-

Таблиця 1

**Показники та методика їх розрахунку для оцінки рівня соціальної відповідальності підприємства
(на прикладі соціально-трудової сфери)**

№ п/п	Найменування показника	Розрахункова формула	Характеристика показника з позиції соціальної відповідальності
1.	Коефіцієнт валового доходу	Чистий прибуток / Дохід від реалізації	Динаміка перманентного зростання показника засвідчує позитивність іміджу підприємства як внутрішнього, так і зовнішнього.
2.	Частка нематеріальних активів	Нематеріальні активи / Активи*100%	Збільшення вартості цього показника свідчить про збільшення «інтелектуальних» активів, і як наслідок, збільшення вартості підприємства. Це вирізняє підприємство з позитивної сторони.
3.	Продуктивність праці в розрахунку на ФОП (фонд оплати плати)	Дохід від реалізації / ФОП	Використання цього показника важливо, оскільки стимулювання працівників є одним із ефективних засобів збільшення прибутковості підприємства. Це сприяє формуванню позитивного ставлення до підприємства через створення додаткових робочих місць та виникненню соціального ефекту.
4.	Середній рівень відрахувань на соціальні заходи на одного працівника	Відрахування на соціальні заходи / Середньоспискова чисельність працюючих	Підприємства, що здійснюють свою господарську діяльність беручи до уваги питання соціальної відповідальності та партнерства мають у суспільстві більш позитивний імідж.
5.	Середній рівень заробітної плати по підприємству	Видатки на оплату праці / Середньооблікова чисельність прац.	Рівень оплати праці, особливо для умов нашої країни, має неабияке значення для оцінки відповідальності підприємства з боку трудових ресурсів.
6.	Коефіцієнт заборгованості перед працівниками	Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з ОП (оплати праці) / Витрати на ОП	Зниження цього показника свідчить про збільшення відповідальності керівництва перед працівниками і сприяє підвищенню лояльності правників до підприємства.
7.	Заробітна плата керівництва	Видатки на оплату праці керівників / Середньооблікова чисельність керівників	Рівень оплати праці керівництва повинен бути співрозмірний із функціональними обов'язками та рівнем заробітної плати працівників підприємства. Крім того, даний показник повинен бути не лише економічно, але й соціально обґрунтованим.
8.	Частка кількості керівників	Чисельність керівників / Середньооблікова чисельність працюючих*100%	Даний показник аналогічно до попереднього також здатен вирізняти імідж підприємства в залежності від ситуації або як позитивний, або як негативний. Крім того, повинен бути обґрунтований.
9.	Частка витратки на оплату праці в загальному обсязі витрат	Видатки на оплату праці / Загальні витратки	Збільшення цього показника свідчить про збільшення трудомісткості продукції з одного боку, але з іншого може свідчити про зростання інтелектуальної праці.
10.	Видатки на заробітну плату керівництва від загальних витратків	Видатки на оплату праці керівників/ Загальні витратки	Оцінку цього показника слід проводити у комплексі із попереднім показником. Тобто зростання або зменшення частки повинно бути пропорційним.
11.	Співвідношення заробітної плати керівників до заробітної плати всього персоналу	Заробітна плата керівництва / Заробітна плата по підприємству	Збільшення цього показника свідчить про збільшення розриву між рівнем оплати праці на підприємства, поглиблює диспропорції та ускладнює узгодження інтересів.

Джерело: власна розробка авторів

тості активів. Продуктивність праці на підприємстві суттєво скоротилась (на 3,27 у 2021 р. порівняно із 2017 р.). Незначно зросли відрахування на соціальні заходи в розрахунку на одного працівника. Заробітна плата в середньому на одного працівника зросла на 35,8 тис. грн за 5 останніх років, а заробітна плата керівництва – на 41,2 тис. грн. Співвідношення заробітної плати керівників і персоналу скоротилось на 2,12, і склало 3,01. Частка витрат на оплату праці суттєво зросла (на 0,1).

Варто відзначити, що важливим також є аналіз результатів розрахункових показників обраних для опосередкованої оцінки соціальної відповідальності підприємства. А тому зіставлення динамічного ряду

визначеного показника відбувається лише у зіставленні із еталоном. Більша кількість показників мають оціночні критерії або дані про середньогалузеве значення, або значення фірми-конкурента. Наприклад, для коефіцієнта валового доходу, середньої заробітної плати, рівня відрахування на соціальні заходи за основу були взяті показники офіційної статистичної звітності за відповідні роки. Що стосується частки керівників, частки витрат на оплату праці, частки нематеріальних активів, етalon обирався, орієнтуючись на західні практики країн із соціально-орієнтованою економікою.

Необхідно відмітити те, що обрання показників є випадковим як за складом, так і кількістю. Але варто з обережністю використовувати показники,

Таблиця 2

Динаміка показників аналітичної оцінки соціальної відповідальності ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат»

Назва показника	2017	2018	2019	2020	2021	Відхилення 2021 р. до 2017 р.
Коефіцієнт валового доходу	0,19	0,22	0,17	0,02	0,01	-0,18
Частка нематеріальних активів, %	0,004	0,001	0	0,092	0,076	0,07
Продуктивність праці на ФОП	7,90	7,03	9,64	6,22	4,64	-3,27
Середній рівень відрахувань на соціальні заходи в розрахунку на одного працівника, тис. грн	11,09	12,08	15,20	11,68	13,41	2,33
Середній рівень заробітної плати по підприємству, тис. грн	31,4	34,1	41,2	58,2	67,2	35,8
Коефіцієнт заборгованості перед працівниками	0,052	0,054	0,051	0,060	0,053	-
Частка кількості керівників, %	2,7	3,01	3,7	3,6	3,2	0,5
Витрати на заробітну плату керівництва від загальних витрат, тис. грн	0,017	0,017	0,012	0,018	0,022	0,00
Заробітна плата керівництва, тис. грн.	160,6	153,6	153,7	167,6	201,8	41,2
Співвідношення заробітної плати керівників до заробітної плати всього персоналу	5,12	4,52	3,73	2,88	3,01	-2,12
Частка витрат на оплату праці в загальному обсязі витрат	0,13	0,13	0,09	0,17	0,23	0,10

Джерело: розраховано авторами на основі даних офіційної звітності ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат»

які мають суперечливі значення, а саме ті, які перебувають у взаємооберненій залежності або можуть бути у ролі специфічної противаги один до одного. Так, частка кількості працівників, коефіцієнт заборгованості перед працівниками, витрати на заробітну плату демонструють обернену залежність, що враховано при оцінці показників. Для розрахунку інтегральної оцінки використано добуток коефіцієнтів із застосуванням натурального логарифму зважаючи на те, що невідомі присутні як основи ступеня. Для більшого розуміння їх рекомендовано внести у табличну форму (табл. 3). Маючи цифровий матеріал обов'язково потрібно спів ставити його з відповідними індексами, а саме, якщо результат розрахункового показника відгукується еталону, тоді присвоюється йому позначення П; якщо значення показника, який розраховується не відповідає еталону, а тим паче значення гірші (нижчі) від нього присвоюємо – Н.

Рівень внутрішнього соціальної відповідальності ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат» негативний протягом 2017–2021 рр. (за винятком 2019 р. коли величина нематеріальних активів була нульовою). Кількість показників, які отримали індекс «П» протягом 2017–2020 рр. була 2, а у 2021 р. скоротилась до 1. Кількість показників, які одержали індекс «Н» – знизилась із 9 у 2017 р. до 10 у 2021 р.

Припустимі модифікації детермінованості соціальної відповідальності в розрізі аналізу за фінансово-економічними показниками визначені на засадах розрахованих результатів (табл. 4). Так, ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат» має низький рівень соціальної відповідальності.

Вище запропонована технологія розрахунків була породжена в результаті відсутності кількісних методів вимірювання соціальної відповідальності підприємств та його оцінки шляхом фінансових показників.

Таблиця 3

Розрахунок коефіцієнтів для аналітичної оцінки рівня соціальної відповідальності ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат»

Назва показника	Еталон	2017	2018	2019	2020	2021
Коефіцієнт валового доходу	0,05	3,71	4,31	3,36	0,48	0,20
Частка нематеріальних активів, %	0,5	0,01	0,003	0	0,18	0,15
Продуктивність праці на ФОП	10	0,79	0,70	0,96	0,62	0,46
Середній рівень відрахувань на соціальні заходи в розрахунку на одного працівника, тис. грн	25	0,44	0,48	0,61	0,47	0,54
Середній рівень заробітної плати по підприємству, тис. грн	37,75 -75,28	0,88	0,90	0,94	1,08	0,89
Коефіцієнт заборгованості перед працівниками	0,05	0,97	0,93	0,98	0,83	0,95
Частка кількості керівників, %	1	0,37	0,33	0,29	0,28	0,31
Витрати на заробітну плату керівництва від загальних витрат, тис. грн	0,01	0,57	0,58	0,83	0,55	0,46
Заробітна плата керівництва, тис. грн.	188,75- 362,9	4,42	4,50	4,69	5,41	4,46
Співвідношення заробітної плати керівників до заробітної плати всього персоналу	4,5-5,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Частка витрат на оплату праці в загальному обсязі витрат	0,25-0,35	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Логарифм натуральний від добутку коефіцієнтів		-6,05	-7,31	-	-5,35	-6,91
Всього показників, що отримали Індекс «П»		2	2	2	2	1
Всього показників, що отримали Індекс «Н»		9	9	9	9	10

Джерело: розраховано на основі пропозицій авторів

Дану методику можна вважати легкою та зрозумілою, легко впроваджується завдяки простоті розрахунків, простота в тлумаченні та зручність, адже вимагає відносно небагато часу та економічна, тому що не вимагає надмірних зусиль. Всі ці показники можуть бути розраховані без задіяння спеціального режиму, в звичному форматі спеціалістами з галузі економіки. Варто відзначити, що кількість показників невелика і вони не мають розбіжності між собою.

Таблиця 4

Можливі варіанти детермінованості рівня соціальної відповідальності в контексті оцінки за фінансово-економічними показниками

Динаміка індексу	Характер рівня соціальної відповідальності
$\geq 2,5$	Високий рівень
$0-2,5$	Середній рівень
≤ 0	Низький рівень

Джерело: пропозиції авторів

Результат від впровадження політики соціальної відповідальності проявляється у створенні очікувано високого іміджу, підвищенні репутації та встановленні міцних зв'язків із цільовими аудиторіями. Процес створення стверджувального іміджу на основі корпоративної соціальної відповідальності потребує значних грошових коштів. Однак, необхідно пам'ятати, те що корпоративна соціальна відповідальність націлена на найближче майбутнє і вкладені фінансові ресурси, не одразу, але згодом обернуться і надійдуть у збільшеному обсязі в розпорядження підприємства. Так, наприклад, при ефективному вкладанні грошових коштів у соціальний розвиток персоналу, організація забезпечує залучення і утримання висококваліфікованих кадрів, підвищує продуктивність праці, збільшує обсяг і продаж, максимізує прибуток. Підприємство маючи в своєму балансі таку витратну статтю, як видатки на екологічну безпеку та соціальний розвиток суспільства, воно забезпечує себе підтримкою органів державної та місцевої влади та інших цільових аудиторій, а це в свою чергу гарантує йому довгострокову результативну діяльність.

Зважаючи на потребу дослідження сучасних напрямів соціалізації економіки, варто застосовувати в процесі прийняття управлінських рішень, на одному щаблі

із економічними, фактори соціальної відповідальності. Саме тому, визначення рівня соціальної відповідальності за допомогою результатів офіційної фінансової звітності організацій, забезпечить не тільки прозору оцінку соціалізації підприємства, але й уможливить порівняння різних суб'єктів господарювання між собою. Отримані результати можуть бути використані для вдосконалення методик розробки індикаторів соціальної відповідальності, що можуть охарактеризувати рівень залученості підприємців у розвиток суспільства та рівень відповідальності у забезпеченні інтересів всіх учасників соціального партнерства.

Висновки. Запропонований аналітичний інструментарій оцінювання соціальної відповідальності бізнесу дозволяє порівнювати його за виділеними аспектами та ступень зростання соціальної відповідальності в цілому, визначати проблемні галузі розвитку. Підсумки ранжування підприємства можуть вважатися основою для побудови регіональної та національної політики управління соціальною відповідальністю, фундаментом для формулювання нагальних спрямувань кооперації влади, бізнесу та суспільства, з'ясування потенційних проблем і можливостей такої співпраці; виступати механізмом виявлення економічних, екологічних, соціальних проблем, що можуть бути вирішені за участю бізнесу. Принциповим моментом аналітичного інструментарію є її орієнтація тільки на загальнодоступну інформацію (дані офіційної звітності підприємств). Водночас, потрібно зробити акцент на важливості та необхідності збільшення галузі статистичного дослідження інформаційної діяльності організації, додержання нею принципів ділової етики та стандартів соціальної відповідальності в екологічній сфері.

Відчутним є той факт, що в теперішніх умовах розвитку державної економіки покупець обирає ті фірми та компанії, які не тільки виключно застосовують корпоративну соціальну відповідальність, але й значно демонструють це. Адже безпосередні відносини підприємства і суспільства у формі благочинності, забезпечення екологічно безпечного процесу виробництва, є важливими позиціями для соціуму. У даному факторі взаємовідносин підприємства і суспільства зацікавлені не тільки люди, а й підприємство, адже за рахунок цього формується його позитивний імідж, і підприємство стає більш успішним на ринку.

Список використаних джерел:

1. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління. *Україна: аспекти праці*. 2009. № 1. С. 21–25.
2. Колеснік М. В. Методологічні аспекти управління корпоративною соціальною відповідальністю: фінанси, маркетинг та smart-інституціоналізація. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. № 6(62). С. 150–156.
3. Панухник Я. Г. Соціальна відповідальна діяльність як інструмент модернізації технологій управління підприємством у муніципальній економічній системі. *Інноваційна економіка*. 2016. № 3–4. С. 60–65.
4. Березіна О. Функціональний аспект соціальної відповідальності корпорацій. URL: <http://intkonf.org/berezina-ouy-funktionalniy-aspekt-sotsialnoyividpovidalnosti-korporatsiy> (дата звернення: 1.06.2022).
5. Грішнова О. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні. *Україна: аспекти праці*. 2010. № 7. С. 3–8.
6. International Organization for Standardization. URL: www.iso.org (дата звернення: 1.06.2022).
7. G3 Guidelines. URL: <https://www.globalreporting.org/resource/library/G3-Guidelines-Incl-Technical-Protocol.pdf> (дата звернення: 1.06.2022).
8. Social Accountability International : SA8000:2008 standard. URL: www.sa-intl.org (дата звернення: 1.06.2022).
9. AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES). URL: www.accountability.org (дата звернення: 1.06.2022).
10. Попадюк О. В. Науково-практичні засади оцінювання системи соціальної відповідальності бізнесу на підприємстві. *Економічний простір*. 2018. № 130. С. 177–187. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/197> (дата звернення: 1.06.2022).

References:

1. Bayura D. (2009) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist u systemi korporatyvnoho upravlinnya [Corporate social responsibility in the system of corporate management]. *Ukrayina: aspekty pratsi*, vol. 1, pp. 21–25.
2. Kolesnik M. V. (2017) Metodolohichni aspekty upravlinnya korporatyvnoyu sotsialnoyu vidpovidalnistyu: finansy, marketynh ta smart-instytutyzatsiya [Methodological aspects of corporate social responsibility management: finance, marketing and smart-institutionalization]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi*, vol. 6 (62), pp. 150–156
3. Panukhnyk Ya. H. (2016) Sotsialna vidpovidalna diyalnist yak instrument modernizatsiyi tekhnolohiy upravlinnya pidpriumstvom u munitsypalnyi ekonomichnyi systemi [Socially responsible activity as a tool for modernization of enterprise management technologies in the municipal economic system]. *Innovatsiyina ekonomika*, vol. 3–4, pp. 60–65.
4. Berezina O. Funktsionalnyy aspekt sotsialnoyi vidpovidalnosti korporatsiy [Functional aspect of social responsibility of corporations]. Available at: <http://intkonf.org/berezina-oyu-funktsionalniy-aspekt-sotsialnoyividpovidalnosti-korporatsiy> (accessed: 01.06.2022).
5. Hrishnova O. (2010) Sotsialna vidpovidalnist biznesu: sutnist, znachennya, stratehichni napryamy rozvytku v Ukrayini [Social responsibility of business: essence, significance, strategic directions of development in Ukraine]. *Ukrayina: aspekty pratsi*, vol. 7, pp. 3–8.
6. International Organization for Standardization. Available at: www.iso.org (accessed: 1.06.2022).
7. G3 Guidelines. Available at: <https://www.globalreporting.org/resource/library/G3-Guidelines-Incl-Technical-Protocol.pdf> (accessed: 01.06.2022).
8. Social Accountability International : SA8000:2008 standard. Available at: www.sa-intl.org (accessed: 1.06.2022).
9. AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES). Available at: www.accountability.org (accessed: 1.06.2022).
10. Popadyuk O. V. (2018) Naukovo-praktychni zasady otsynuyannya systemy sotsialnoyi vidpovidalnosti biznesu na pidpriumstvi [Scientific and practical principles of evaluating the system of social responsibility of business at the enterprise]. *Ekonomichnyy prostir*, vol. 130, pp. 177–187. Available at: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/197> (accessed: 1.06.2022).