

УДК 338.222:330.16

JEL Classification: M14

DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-14-04-04>

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: СУТНІСНО-ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРОГРАМНІ АСПЕКТИ

SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS: ESSENTIAL-THEORETICAL AND PROGRAM ASPECTS

Лопашук І. А.

Кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри бізнесу та управління персоналом,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
м. Чернівці, Україна
ORCID: 0000-0001-9934-6607

Лопашук В. О.

Здобувачка вищої освіти,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
м. Чернівці, Україна
ORCID: 0009-0006-9924-7741

Русінко А. І.

Аспірант,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
м. Чернівці, Україна
ORCID: 0009-0003-9185-9098

Inna Lopaschuk

Candidate of Economic Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Business and HR Management,
Yurii Fedkovych Chernivtsi National University,
Chernivtsi, Ukraine

Viktoriia Lopaschuk

Obtaining Higher Education,
Yurii Fedkovych Chernivtsi National University,
Chernivtsi, Ukraine

Anton Rusinko

PhD Student,
Yurii Fedkovych Chernivtsi National University,
Chernivtsi, Ukraine

У статті визначено, що на сьогоднішній день основою виживання та продовження розвитку бізнесу, забезпечення його конкурентоспроможності та поступу до сталого розвитку є соціальна відповідальність. Проведено аналіз сучасних сутнісно-теоретичних та програмних аспектів соціальної відповідальності бізнесу. Підтверджено, що передова вітчизняна та зарубіжна практика господарювання підтвердила можливість отримання безлічі переваг та вигід соціально відповідальним бізнесом у всіх сферах діяльності. Визначено, що поняття соціальної відповідальності бізнесу та корпоративної соціальної відповідальності взаємозамінними, оскільки вони описують концепцію ведення бізнесу на всіх рівнях управління з використанням тотожних принципів, методів та інструментів. Також виокремлено, що від початку широкомасштабної агресії росії акценти розуміння змісту соціальної відповідальності бізнесу (як формату взаємовідносин між стейкхолдерами та виконання зобов'язань перед ними, як елементу корпоративної стратегії, як ключової потреби бізнесу, як чинника забезпечення конкурентоспроможності та інструмента досягнення сталого розвитку) збереглися у наукових дослідженнях, проте окремі з аспектів СББ (етичність поведінки, ділова репутація та комплаєнс, відсутність компромісу з боку суспільства для невідповідальних підприємств, волонтерство, розширення зон відповідальності стейкхолдерів, домінування моральних мо-

тиваторів соціально відповідальної поведінки та готовність до фінансових втрат, стратегічний погляд на соціальну відповідальність бізнесу, довгостроковий тренд бачення її результатів) розглядаються дослідниками як чинники, що свідчать про набуття українським бізнесом людського обличчя, який виявляє високу готовність до створення спільних цінностей шляхом розвитку ключових сфер сталого розвитку (знань та інновацій, зайнятості, соціальної інклюзії, зелених технологій, економіки замкненого циклу). **Ключові слова:** соціальна відповідальність бізнесу; сталий розвиток; стратегія соціальної відповідальності бізнесу; принципи соціальної відповідальності бізнесу.

The article defines that today the basis of survival and continued development of business, ensuring its competitiveness and progress towards sustainable development is social responsibility. An analysis of modern substantive-theoretical and programmatic aspects of social responsibility of business was carried out. It has been confirmed that advanced domestic and foreign business practices have confirmed the possibility of obtaining many advantages and benefits by socially responsible business in all spheres of activity. It was determined that the concepts of business social responsibility and corporate social responsibility are interchangeable, as they describe the concept of conducting business at all levels of management using the same principles, methods and tools. It is also highlighted that since the beginning of Russia's large-scale aggression, the emphasis on understanding the content of social responsibility of business (as a format of relations between stakeholders and the fulfillment of obligations to them, as an element of corporate strategy, as a key need of business, as a factor ensuring competitiveness and a tool for achieving sustainable development) has been preserved in scientific research, but separate aspects of CSR (ethical behavior, business reputation and compliance, lack of compromise on the part of society for irresponsible enterprises, volunteering, expanding the areas of responsibility of stakeholders, the dominance of moral motivators of socially responsible behavior and readiness for financial losses, a strategic view of social the responsibility of business, the long-term trend of seeing its results) are considered by researchers as factors that testify to the acquisition of a human face by Ukrainian business, which shows a high readiness to create common values through the development of key areas of sustainable development (knowledge and innovations, employment, social inclusion, green technologies, closed cycle economy).. **Key words:** corporate social responsibility; sustainable development; strategy of corporate social responsibility; principals of corporate social responsibility.

ВСТУП

Сучасний бізнес упродовж останніх років потрапив під подвійний удар суспільних трансформацій та глобальних викликів, одним з яких, як для України, так і для багатьох країн світу, стала війна з росією. Основою виживання та продовження розвитку бізнесу в цих складних умовах, забезпечення його конкурентоспроможності та поступу до сталого розвитку є соціальна відповідальність. У довоєнний період соціальна відповідальність була здебільшого добровільним параметром діяльності бізнесу (у мотивації соціально відповідальної поведінки бізнесом здебільшого враховувались іміджеві та раціональні аспекти) і лише невелика кількість підприємств орієнтувались на стратегічний контекст, проте в умовах сучасних реалій мінливе середовище та умови, в яких працює бізнес, не припускають нехтування важливості соціальної відповідальності.

ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ

Дослідженню соціальної відповідальності бізнесу у науковій літературі присвячено низку публікацій, в яких детально висвітлено аспекти її теоретичного обґрунтування та практичного забезпечення. Зокрема, у наукових роботах таких дослідників, як А. Колот [1], О. Грішнова [2], З. Галушка [3], І. Кричата, О. Шепенюк [4], Н. Супрун [6; 8], В. Куцик [9], М. Іванова [10], О. Зибарева [11] та інших, комплексно розкривається феномен соціальної відповідальності у звичних та новітніх умовах функціонування бізнесу. Проте середовище диктує нові умови формування соціальної відповідальності бізнесу, вивчення сучасних її ак-

центів у взаємозв'язку із програмними документами розвитку глобальної та національної економік потребує додаткових досліджень.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ

Метою дослідження є аналіз сучасних сутнісно-теоретичних та програмних аспектів соціальної відповідальності бізнесу.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Основою наукового дослідження є загально-наукові та спеціальні методи, серед яких доцільно зазначити: методи наукових абстракцій, аналізу та синтезу, діалектичний метод, метод порівняння та узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

В теоретичній площині поняття соціальної відповідальності завжди носило дискусійний характер щодо змістового наповнення, доцільності її імплементації у корпоративну стратегію, правильних інструментів впровадження тощо. Передова вітчизняна та зарубіжна практика господарювання підтверджує можливість отримання безлічі переваг та вигід соціально відповідальним бізнесом у всіх сферах діяльності.

На початку дослідження зауважимо, що у науковій літературі, зокрема, вітчизняній, зустрічається низка термінів, серед яких «соціальна відповідальність бізнесу», «корпоративна соціальна відповідальність», використання яких викликає дискусійний характер. У зарубіжній науковій літературі використовується поняття «Corporate Social Responsibility» для визначення концепції ведення бізнесу на засадах

соціальної відповідальності на всіх рівнях – глобальному, національному, регіональному, корпоративному. В українській науці вчені використовують два поняття, розмежовуючи їх за рівнем та шириною охоплення бізнес-практик. Зокрема, поняття соціальної відповідальності бізнесу використовується на глобальному, національному та регіональному рівнях, а корпоративної соціальної відповідальності – для визначення механізму управління бізнесом на рівні конкретного суб'єкта господарювання. У нашому дослідженні, враховуючи зарубіжне походження даного терміну, будемо вважати поняття соціальної відповідальності бізнесу та корпоративної соціальної відповідальності взаємозамінними, оскільки вони описують концепцію ведення бізнесу на всіх рівнях управління з використанням тотожних принципів, методів та інструментів.

Одним з найперших в українській науці поняття соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) досліджувалось А. Колотом, який розумів її «як філософію або формат відносин між підприємницькими структурами і суспільством, за яких забезпечується економічний прогрес, зберігається довкілля, домінує соціально відповідальна поведінка бізнесу, що сприяє соціальній згуртованості суспільства, підвищенню якості життя» [1, с. 6]. На думку дослідника, за своєю суттю СВБ – «це імплементований в управління певний тип соціальних зобов'язань (здебільшого добровільних) перед працівниками, партнерами, державою, інститутами громадянського суспільства та суспільством у цілому» [1, с. 5].

Дослідженню соціальної відповідальності присвячено також наукові роботи О. Грішнєвої, яка розглядала соціальну відповідальність з позицій «ділової людини, підприємця чи роботодавця; найманих працівників; споживача; керівників місцевих органів влади; ділового партнера; мешканців певної території; як маркетинговий захід; як доброчинність» [2, с. 3-8], зауваживши, що компанія несе відповідальність «перед усіма людьми та організаціями, з якими вона взаємодіє в процесі функціонування, та перед суспільством загалом» [2, с. 5].

З. Галушка, В. Грунтковський розглядають поняття соціальної відповідальності у контексті вибудови ефективних взаємовідносин зі стейкхолдерами та нарощування конкурентних переваг, зауважуючи, що «соціальна відповідальність бізнесу виникає як об'єктивна потреба не лише суспільства, а й самих підприємств, які прагнуть знайти своє місце в конкурентному середовищі, свого споживача, зацікавити до співпраці національних і зарубіжних партнерів, висококваліфікованих спеціалістів» [3, с. 45].

Подібних поглядів дотримуються дослідники І. Кирчата, О. Шершенюк, проте додатково наголошують на інноваційності та стратегічному контексті СВБ, розглядаючи її система прояву взаємозв'язків стейкхолдерів, яка «повинна бути інтегрована в усі сфери діяльності компанії, стати її філософією і, в кінцевому рахунку, органічно і обґрунтовано вписатися в довгострокову стратегію задля забезпечення конкурентоспроможності в подальшій перспективі» [4, с. 50]. Ю. Малахова, Д. Мироненко, визначаючи СВБ як засіб забезпечення конкурентоспроможності, що об'єднаний з бізнес-стратегією підприємства, наголошують на тому, що вона є «легальним, міжнародно визнаним інструментом вирішення проблем бізнесу» [5, с. 72].

На стратегічному контексті СВБ наголошують також Н. Супрун та М. Сухотеріна, зауважуючи, що соціальна відповідальність є ключовою складовою корпоративного управління як «система управлінських рішень та заходів підприємства щодо інтеграції соціальних та екологічних проблем у свої бізнес-процеси і процеси взаємодії зі стейкхолдерами, спрямованих на досягнення цілей розвитку власне підприємства, сталий розвиток суспільства та збереження навколишнього середовища» [6, с. 192; 7, с. 164].

Н. Супрун у більш пізніх своїх публікаціях розглядає СВБ як комплекс «цінностей та інструментів, через які компанії реалізують своє сприяння суспільному прогресу та вирішенню нагальних соціальних проблем» [8, с. 106]. Цінностями дослідник вважає не притаманні для бізнес культури практики - відкритість, прозорість, підзвітність суспільству, врахування етичних норм та запитів широкого кола стейкхолдерів (заінтересованих осіб) [8, с. 106].

В. Куцик, розглядаючи соціальну відповідальність апелює до поняття сталого розвитку, розкриваючи її зміст як «відповідальність за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорої та етичної поведінки, яка: сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров'ю і добробуту членів суспільства; зважає на очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах» [9, с. 78].

Як ключову компетенцію та довгострокову інвестицію у забезпечення сталого розвитку підприємства розглядають соціальну відповідальність бізнесу М. Іванова, В. Швець, С. Саннікова, О. Вярниченко, А. Бардась [10, с. 177-178], О. Зибарева, Т. Воронюк [11, с. 107]. У тісному взаємозв'язку зі сталим розвитком розкривають зміст соціальної відповідальності О. Харун, Л. Грицина [12, с. 177-178] та І. Стойко, Р. Шерстюк, О. Долубовська [13, с. 93-106].

Зазначені вище підходи відображають тенденцію останніх років у сфері реалізації політики соціальної відповідальності - рух бізнесу до створення спільних цінностей, де виграє і бізнес і суспільство, оскільки сталий розвиток забезпечується партнерськими відносинами усіх стейкхолдерів, які прагнуть реалізації цих цінностей задля досягнення прогресу людства.

Останнє є особливо цінним, оскільки розуміння соціальної відповідальності повністю корелюється із програмними документами розвитку світової та національної економіки.

Зокрема, з 2006 року Україна є членом глобальної ініціативи із соціальної відповідальності (Глобальний договір), до якої станом на травень 2024 року доєдналися 117 українських компаній [14], котрі добровільно дотримуються 10 принципів Глобального договору щодо прав людини, регулювання трудових відносин, охорони навколишнього середовища й протидії корупції [15] і звітують про їх виконання у вигляді нефінансового звіту.

Принципи, викладені у Глобальному договорі повністю корелюються із Цілями сталого розвитку 2030 (ЦСР), які «повинні забезпечити інтеграцію зусиль бізнесу та суспільства щодо економічного зростання, прагнення до соціальної справедливості і раціонального природокористування» [16]. Орієнтирам сталого розвитку глобального рівня відповідає національна система ЦСР [17].

Для забезпечення реалізації ЦСР розроблено Стратегічний план Програми розвитку ООН 2022-2025 [18], яким визначено ключові напрями змін, ключові рішення, що їх забезпечать, а також фактори, що будуть їм сприяти. Зокрема, даним документом передбачено низку структурних перетворень (ключових змін), зумовлених переходом до екологічної економіки, а також процесами цифровізації; зростанням ролі людського потенціалу; підвищенням стійкості до зовнішніх впливів. Стратегічні рішення, які сприятимуть сталому розвитку спрямовані на боротьбу із бідністю, удосконалення системи управління, охорони довкілля, забезпечення стійкості до впливу середовища, досягнення гендерної рівності. Стратегічний планом окреслені також фактори, які сприяють сталому розвитку на засадах соціальної відповідальності, до яких віднесено стратегічні інновації, цифровізацію, фінансування розвитку.

Для забезпечення ЦСР в Україні у 2020 році прийнято «Концепцію реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року» [19], а також план заходів щодо її реалізації [20].

Зокрема, Концепція надає визначення соціальної відповідальності бізнесу як «відповідальній поведінці суб'єктів господарської діяльності за вплив їх рішень і дій на суспільство, навколишнє природне середовище, яка сприяє сталому розвитку суспільства, зокрема забезпеченню добробуту населення; враховує очікування суб'єктів господарської діяльності та суспільства; відповідає законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність суб'єкта господарської діяльності» [19].

Концепцію побудовано із урахуванням й Керівних принципів ОЕСР (Організації економічного співробітництва та розвитку) для багатонаціональних підприємств [21], а також положень та принципів Міжнародного стандарту ISO 26000:2010 «Настанови щодо соціальної відповідальності», яким рекомендовано бізнесам «підвищити рівень своєї соціальної відповідальності шляхом використання принципів підзвітності, прозорості, етичної поведінки, взаємодії із зацікавленими сторонами, правових норм, міжнародних норм, а також прав людини» [22]. Принципи Глобального договору ООН, Керівні принципи ОЕСР для багатонаціональних корпорацій та Міжнародного стандарту ISO 26000:2010 корелюються між собою і спрямовані на зростання соціальної відповідальності суб'єктів господарювання у русі до забезпечення сталого розвитку.

ДИСКУСІЯ ТА ВИСНОВКИ

Підсумовуючи, зауважимо, що від початку широкомасштабної агресії росії акценти розуміння змісту соціальної відповідальності бізнесу (як формату взаємовідносин між стейкхолдерами та виконання зобов'язань перед ними, як елементу корпоративної стратегії, як ключової потреби бізнесу, як чинника забезпечення конкурентоспроможності та інструмента досягнення сталого розвитку) збереглись у наукових дослідженнях, проте окремі з аспектів СВБ (етичність поведінки, ділова репутація та комплаєнс, відсутність компромісу з боку суспільства для невідповідальних підприємств, волонтерство, розширення зон відповідальності стейкхолдерів, домінування моральних мотиваторів соціально відповідальної поведінки та готовність до фінансових втрат, стратегічний погляд на соціальну відповідальність бізнесу, довгостроковий тренд бачення її результатів) розглядаються дослідниками як чинники, що свідчать про набуття українським бізнесом людського обличчя, який виявляє високу готовність до створення спільних цінностей шляхом розвитку ключових сфер сталого розвитку (знань та інновацій, зайнятості, соціальної інклюзії, зелених технологій, економіки замкненого циклу).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Kolot, A. (2013). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: evoliutsiia ta rozvytok teoretychnykh pohliadiv [Corporate social responsibility: evolution and development of theoretical views]. *Naukovyi visnyk Kyivskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu im. Vadyma Hetmana. Ekonomichna teoriia – Scientific Bulletin of the Kyiv National University of Economics named after Vadym Hetman. Economic theory*, 4, 5-26. Retrieved from <http://jnas.nbu.gov.ua/article/UJRN-0000351935> [in Ukrainian].
2. Hrishnova, O. (2010). Sotsialna vidpovidalnist biznesu: sutnist, znachennia, stratehichni napriamy rozvytku v Ukraini [Social responsibility of business: essence, meaning, strategic directions of development in Ukraine]. *Ukraina: aspekty pratsi – Ukraine: aspects of work*, 7, 3-8. Retrieved from http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&_S21P03=FILA=&_S21STR=Uap_2010_7_3 [in Ukrainian].
3. Halushka, Z., & Hruntkovskyi, V. (2011). Sotsialna vidpovidalnist yak chynnyk konkurentospromozhnosti ukraïnskoho biznesu [Social responsibility as a factor in the competitiveness of Ukrainian business]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka – Bulletin of Taras Shevchenko Kyiv National University*, 124-125, 43-45. Retrieved from http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2016/01/124_13.pdf [in Ukrainian].
4. Kyrchata, I., & Shershenuk, O. (2019). Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak instrument zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Social responsibility of business as a tool for ensuring the competitiveness of the enterprise]. *Problemy ta perspektyvy rozvytku pidpriemnytstva – Problems and prospects of entrepreneurship development*, 23, 46-56. Retrieved from <https://dSPACE.khadi.kharkov.ua/handle/123456789/7302> [in Ukrainian].
5. Malakhova, Yu.A., & Myronenko, D.A. (2021). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak konkurentna perevaha pidpriemstva na mizhnarodnomu rynku [Corporate social responsibility as a competitive advantage of the enterprise in the international market]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. Seriiia «Ekonomichni nauky» – Scientific Bulletin of the Poltava University of Economics and Trade. Series «Economic Sciences»*, 1(102), 69-73. DOI: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2021-1-9> [in Ukrainian].
6. Suprun, N. (2015). Instytut korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: pryntsyipy, zavdannia ta priorityty rozvytku [Institute of corporate social responsibility: principles, tasks and development priorities]. *Naukovi pratsi DonNTU. Seriiia «Ekonomichna» – Scientific works of DonNTU. «Economic» series*, 40-2, 190–197 [in Ukrainian].
7. Sukhoterina, M.I. (2014). Mekhanizmy realizatsii korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti mashynobudivnykh pidpriemstv [Mechanisms of implementation of corporate social responsibility of machine-building enterprises]. *Ekonomichnyi forum – Economic Forum*, 2, 163-167. Retrieved from http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&_S21P03=FILA=&_S21STR=ecfor_2014_2_29 [in Ukrainian].
8. Suprun, N. (2022). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak aksiolohichni chynnyk suspilnoho prohresu [Corporate social responsibility as an axiological factor of social progress]. *Mizhnarodna nauково-praktychna konferentsiia «Tsinnisni oriiientyry v suchasnomu sviti: teoretychnyi analiz ta praktychnyi dosvid» (Ternopil, 13-14 travnia 2022 roku) – International scientific and practical conference «Value orientations in the modern world: theoretical analysis and practical experience» (Ternopil, May 13-14 2022)* (pp. 106-110). Ternopil : Vektor [in Ukrainian].
9. Kutsyk, V.I. (2019). Rozvytok kontseptsii sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini [Development of the concept of social responsibility of business in Ukraine]. *Pidpriemnytstvo i torhivlia – Entrepreneurship and trade*, 24, 77-84 [in Ukrainian].
10. Ivanova, M., Shvets, V., Sannikova, S., Viarianychenko, O., & Bardas, A. (2023). Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak kliuchova kompetentsiia zabezpechennia staloho rozvytku pidpriemstv [Social responsibility of business as a key competence for ensuring sustainable development of enterprises]. *Biznes Inform – Business Inform*, 3, 176-186. Retrieved from <http://jnas.nbu.gov.ua/article/UJRN-0001404224> [in Ukrainian].
11. Zybareva, O.V., & Voroniuk, T.A. (2022). Potentsial sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstva v systemi upravlinnia yoho konkurentospromozhnistiu [The potential of social responsibility of the enterprise in the management system of its competitiveness]. *Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky – Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute Economic sciences*, 1(85), 106-124. Retrieved from <http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2022/v1/9.pdf> [in Ukrainian].
12. Kharun, O.A., & Hrytsyna, L.A. (2021). Rozvytok sotsialnoi vidpovidalnosti za umov pohlyblennia yevointehratsiinykh protsesiv [Development of social responsibility under the conditions of deepening European integration processes]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Seriiia «Ekonomichni nauky» – Bulletin of the Khmelnytskyi National University. Series «Economic Sciences»*, 6(1), 225–231. DOI: <https://www.doi.org/10.31891/2307-5740-2021-300-6-35> [in Ukrainian].
13. Stoiko, I., Sherstiuk, R., & Dolubovska, O. (2022). Sotsialna vidpovidalnist biznesu v Ukraini u voiennyi i pislivoiennyi period [Social responsibility of business in Ukraine in the war and post-war period]. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava – Socio-economic problems and the state*, 2, 93–106. Retrieved from <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22siiipp.pdf> [in Ukrainian].
14. Merezha Hlobalnoho dohovoru OON v Ukraini [The UN Global Compact Network in Ukraine]. Retrieved from <https://globalcompact.org.ua/priiednatisja/perevagi-chlenstva-v-merezhi> [in Ukrainian].
15. The Ten Principles of the UN Global Compact. The United Nations Global Compact. Retrieved from <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission> [in English].

16. Sustainable Development Goals. Retrieved from <https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300> [in English].
17. Pro Tsili staloho rozvytku Ukrainy na period do 2030 roku: Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 30.09.2019 № 722/2019 [On the Sustainable Development Goals of Ukraine for the period until 2030: Decree of the President of Ukraine dated September 30, 2019 No. 722/2019]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text> [in Ukrainian].
18. Stratehichnyi plan PROON na 2022-2025 roky [UNDP strategic plan for 2022-2025]. Retrieved from <https://www.undp.org/uk/ukraine/publications/%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BD-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BE%D0%BD-%D0%BD%D0%B0-2022-2025-%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%B> [in Ukrainian].
19. Kontsepsiia realizatsii derzhavnoi polityky u sferi spriannia rozvytku sotsialno vidpovidalnoho biznesu v Ukraini na period do 2030 roku: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 24 sichnia 2020 r. №66-r [The concept of implementation of state policy in the sphere of promoting the development of socially responsible business in Ukraine for the period until 2030: order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated January 24, 2020 No. 66]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text> [in Ukrainian].
20. Pro zatverdzhennia planu zakhodiv z vykonannia Kontsepsii realizatsii derzhavnoi polityky u sferi spriannia rozvytku sotsialno vidpovidalnoho biznesu v Ukraini na period do 2030 roku: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 1 lypnia 2020 r. №853-r [On the approval of the plan of measures for the implementation of the Concept of implementation of state policy in the sphere of promoting the development of socially responsible business in Ukraine for the period until 2030: Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated July 1, 2020 No. 853-r]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/853-2020-%D1%80#Text> [in Ukrainian].
21. Kerivni pryntsypy Orhanizatsii ekonomichnoho spivrobitnytstva ta rozvytku dla bahatonatsionalnykh pidpriemstv [Guiding principles of the Organization of Economic Cooperation and Development for Multinational Enterprises]. Retrieved from <https://business.diia.gov.ua/cases/sistematizacia-biznes-procesiv/kerivni-principi-organizacii-ekonomichnogo-spivrobitnytstva-ta-rozvitku-dla-bagatonacionalnih-pidpriemstv> [in Ukrainian].
22. ISO/DIS 26000: Guidance on social responsibility. Retrieved from http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935837/ISO_DIS_26000_Guidance_on_Social_Responsibility.pdf.