

DOI: <https://doi.org/10.32782/2521-666X/2024-85-21>
УДК 338.4:316:005.32

Пріхно І.М.

доктор економічних наук,
професор кафедри економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2922-5548>

Красіков С.В.

здобувач наукового ступеня доктора філософії з економіки,
Черкаський державний технологічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-2424-2358>

Prikhno Iryna, Krasikov Serhii
Cherkasy State Technological University

**МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ
ТА ОЦІНКА ЇХНЬОЇ ПРИДАТНОСТІ ДО РІЗНИХ ТИПІВ БІЗНЕСУ**

**MODELS OF BUSINESS SOCIAL RESPONSIBILITY
AND ASSESSMENT OF THEIR SUITABILITY FOR DIFFERENT TYPES OF BUSINESS**

У статті з'ясовано сутність соціальної відповідальності бізнесу та обґрунтовано доцільність застосування концепції соціальної відповідальності бізнесу. Виокремлено три основні моделі соціальної відповідальності бізнесу: американську модель, європейську модель і азійську модель. З'ясовано основні характеристики кожної моделі соціальної відповідальності бізнесу. Визначено ключові напрями кожної моделі соціальної відповідальності бізнесу. Виконано порівняльну характеристику базових моделей соціальної відповідальності бізнесу за такими критеріями: фокус, регулювання, інструменти й приклади. З'ясовано фактори, від яких залежить вибір оптимальної моделі соціальної відповідальності бізнесу, зокрема, розмір підприємства, сфера діяльності, цільова аудиторія, культура підприємства, фінансові можливості. Виявлено взаємозв'язок моделей соціальної відповідальності бізнесу з різними типами бізнесу: малий, середній та великий бізнес. Наведено приклади соціальних проєктів та типи підприємств, яким найбільше підходить американська, європейська та азійська моделі соціальної відповідальності бізнесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність, бізнес, модель соціальної відповідальності бізнесу, американська модель, європейська модель, азійська модель.

The article clarifies the essence of social responsibility of business, which means that business must be responsible not only to its employees and shareholders, but also to society as a whole. This means that companies must take into account the social and environmental consequences of their activities when making business decisions. The expediency of applying the concept of social responsibility of business is substantiated. Three main models of business social responsibility are distinguished: the American model, the European model, and the Asian model. The main characteristics of each model of business social responsibility are clarified. According to the American model, companies voluntarily allocate part of their profits to social projects that are most in line with their values and business goals. The European model provides for the active participation of the state in the formation of socially responsible business and state control over compliance with the principles of social responsibility of business. This model is based on partnership with the state and civil society. The Asian model is often associated with cultural values such as collectivism, respect for elders, and harmony with nature. Also inherent in this model is the concept of a "corporate family" – this is when an enterprise assumes a significant part of social responsibility for its employees. The key directions of each model of social responsibility of business are determined. A comparative characterization of the basic models of business social responsibility was carried out according to the following criteria: focus, regulation, tools and examples. Factors on which the choice of the optimal model of social responsibility of business depends are clarified, in particular, the size of the company, the field of activity, the target audience, the culture of the enterprise, and financial capabilities. The relationship between social responsibility models of business and different types of business: small, medium and large business has been revealed. Examples of social projects and

types of enterprises that are most suitable for the American, European and Asian models of social responsibility of business are given.

Keywords: social responsibility, business, model of social responsibility of business, American model, European model, Asian model.

Постановка проблеми. В умовах сьогодення надзвичайно важливим є дослідження питань, які пов'язані з соціальною відповідальністю бізнесу. Це пов'язано з тим, що сучасне суспільство, встановлюючи раціональні стандарти життя й моделі поведінки, які надають можливість користуватися всіма благами цивілізації, раціонально відноситися до природи та її ресурсів, виховувати здорову, освічену і духовно збагачену людину, вимагають від бізнесу активно використовувати інститут соціальної відповідальності.

При цьому спостерігається така закономірність, що чим більш економічно розвинена країна, тим у більшій мірі зростає значимість питань соціальної відповідальності бізнесу в економічному, соціальному та політичному аспектах. Країни, у яких формуються й закріплюються ринкові механізми та інструменти, або ринкова економіка знаходиться на стадії удосконалення, стикаються з тим, що питання соціальної відповідальності бізнесу є предметом теоретичного осмислення й обговорення, тобто мають дискусійний характер. Практична ж реалізація принципів та ідей соціальної відповідальності бізнесу має поодинокі випадки, які розповсюджуються та набувають все більшого поширення при появі на ринку великого бізнесу.

У розвинених країнах Заходу інститут соціальної відповідальності бізнесу використовується досить давно й ефективно. Низка міжнародних організацій, відомих в усьому світі, такі як Організація Об'єднаних Націй (ООН), ЮНЕСКО (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO), Міжнародна організація праці (International Labour Organization), Міжнародна організація зі стандартизації (International Organization for Standardization, ISO), розробили положення і стандарти, у яких викладено основні принципи соціальної відповідальності. Зокрема, Організацією Об'єднаних Націй у 2015 році було прийнято 17 цілей сталого розвитку, які охопили широкий спектр питань, спрямованих на подолання бідності, боротьбу з нерівністю, забезпечення справедливості, захист навколишнього середовища та забезпечення миру та процвітання для всіх людей. Однією з ключових ідей цілей сталого розвитку є соціальний розвиток, що передбачає зменшення соціальної нерівності, забезпечення доступу до якісної освіти та охорони здоров'я, а також створення безпечного та інклюзивного суспільства.

В умовах сьогодення цілі сталого розвитку не можливо досягти без участі бізнесу, оскільки бізнес має значний вплив на економіку, суспільство та навколишнє середовище. Тому концепція соціальної відповідальності бізнесу є критично важливою для досягнення цілей сталого розвитку.

Україна, як і багато інших країн світу, взяла на себе зобов'язання досягти цілей сталого розвитку до 2030 р. Для нашої країни поняття соціальної відповідальності бізнесу є досить новим і потребує ретельного вивчення, зокрема у виборі моделі соціальної відповідальності бізнесу та її адаптації до різних типів бізнесу з врахуванням специфіки розвитку вітчизняної економіки, що і є свідченням актуальності обраної теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні характеристики соціальної відповідальності бізнесу розкрито в наукових працях відомих іноземних учених таких як: Г. Боуен, П. Друкер, К. Девіс, А. Керролл, А. Колот, Ф. Котлер, С. Малекі, Н. Лі, Р. Маккіон, М. Фрідман, Е. Фрімен, М. Штойер та інші. Серед вітчизняних вчених, які досліджували проблематику соціальної відповідальності бізнесу, зокрема, моделі соціальної відповідальності бізнесу, слід відзначити: К. Ляшук, І. Мосійчук, А. Жуковську, К. Велічко, З. Урусову, М. Вернидуба, І. Ворончака, В. Збарського, В. Оваденко, Я. Мозгового та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Тема соціальної відповідальності бізнесу є досить актуальним предметом дослідження у сучасному світі і постійно розвивається. Враховуючи наявність різноманітних моделей соціальної відповідальності бізнесу, доцільно виконати дослідження в контексті їхньої придатності до різних типів бізнесу.

Мета статті: проаналізувати основні моделі соціальної відповідальності бізнесу та визначити їхню ефективність у різних галузях та типах підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині соціальна відповідальність бізнесу стає невід'ємною частиною успішної діяльності підприємства. Це вже не просто модний тренд, а стратегічний інструмент, який дозволяє підвищити репутацію, залучити інвестиції та таланти, а також зміцнити позиції на ринку. Підприємства все більше усвідомлюють, що їхній успіх залежить не тільки від фінансових показників, а й від їхнього внеску в розвиток суспільства.

Соціальна відповідальність бізнесу передбачає, що бізнес повинен нести відповідальність не лише перед своїми співробітниками й акціонерами, а й перед суспільством у цілому. Це означає, що підприємства повинні враховувати соціальні та екологічні наслідки своєї діяльності при прийнятті бізнес-рішень.

Враховуючи наявність різних моделей соціальної відповідальності бізнесу, перед кожним підприємством, яке прийняло рішення реалізувати соціальну відповідальність, постає питання: яку саме модель соціальної відповідальності бізнесу обрати?

Нині виокремлюють три основні моделі соціальної відповідальності бізнесу [1–7]:

1. Американська модель.
2. Європейська модель.
3. Азійська модель.

Американська модель соціальної відповідальності бізнесу є досить гнучкою та адаптивною, тому підходить широкому спектру підприємств. Її основними характеристиками є добровільність та самостійність бізнесу у виборі напрямів соціальної діяльності. Тобто, відповідно до американської моделі, підприємства добровільно виділяють частину прибутку на соціальні проекти, які найбільш відповідають їхнім цінностям та бізнес-цілям. При чому обрані соціальні проекти не завжди пов'язані з основним видом діяльності. Ця модель може бути ефективною як для великого бізнесу (великих корпорацій, які отримують високі прибутки), так і для малого та середнього бізнесу.

Ключовими напрямками американської моделі соціальної відповідальності бізнесу є:

- права людини – забезпечення гідних умов праці, боротьба з дискримінацією;
- охорона довкілля – зменшення шкідливих викидів в атмосферу, економія ресурсів, підтримка екологічних проєктів;
- соціальні інвестиції – фінансування проєктів, спрямованих на вирішення соціальних проблем;
- корпоративне волонтерство – заохочення співробітників до участі у волонтерських програмах;
- благодійність – пожертвування коштів на благодійні цілі.

Також, доцільно відзначити, що американська модель соціальної відповідальності бізнесу не є універсальною і може мати свої недоліки. Наприклад, вона може бути сприйнята як маркетинговий хід, якщо соціальні ініціативи не відповідають справжнім цінностям компанії.

Європейська модель соціальної відповідальності бізнесу, на відміну від американської моделі, має більш регуляторний характер. Вона передбачає активну участь держави у формуванні соціально відповідального бізнесу та державний контроль за дотриманням принципів соціальної відповідальності

бізнесу. Дана модель заснована на партнерстві з державою та громадянським суспільством. Підприємства беруть участь у розв'язанні соціальних проблем на рівні регіону або країни, тобто активно співпрацюють з урядом, громадськими організаціями та іншими стейкхолдерами для вирішення соціальних проблем. Ця модель підходить для підприємств, які бажають інтегруватися в місцеве середовище.

Основними напрямками європейської моделі соціальної відповідальності бізнесу є:

- екологічна відповідальність – зменшення впливу на довкілля, енергоефективність, управління відходами тощо;
- соціальна відповідальність – підтримка місцевих громад, створення робочих місць, забезпечення безпечних умов праці, повага до прав людини тощо;
- етична поведінка – прозорість у бізнесі, боротьба з корупцією, дотримання антимонопольних правил тощо.

Європейська модель соціальної відповідальності бізнесу має досить сильну регуляторну базу, тобто строгі законодавчі вимоги щодо екологічної та соціальної відповідальності бізнесу, що створює рівні умови конкуренції та стимулює компанії до впровадження більш стійких практик.

Ще однією перевагою європейської моделі соціальної відповідальності бізнесу є її орієнтованість на довгострокові інвестиції в соціальний та екологічний розвиток, що сприяє підвищенню репутації та конкурентоспроможності підприємства.

Також європейська модель соціальної відповідальності бізнесу передбачає активну взаємодію з різними зацікавленими сторонами, такими як працівники, клієнти, інвестори та місцеві громади, що дозволяє враховувати їхні інтереси та очікування.

Азійська модель соціальної відповідальності бізнесу має ряд унікальних характеристик, які відрізняють її від західних моделей. Вона часто пов'язана з культурними цінностями, такими як колективізм, повага до старших та гармонія з природою. Також цій моделі притаманне поняття «корпоративної сім'ї» – це коли підприємство бере на себе значну частину соціальної відповідальності за своїх працівників.

Азійська модель соціальної відповідальності бізнесу передбачає довгострокові відносини з усіма стейкхолдерами: працівниками, клієнтами, поставальниками, місцевою громадою. Це особливо важливо для сімейних бізнесів та компаній, що працюють на місцевих ринках. Ця модель сприяє створенню сильної корпоративної культури, заснованої на спільних цінностях і взаємодопомозі, що сприяє підвищенню лояльності працівників і покращенню продуктивності праці.

Також, доцільно відзначити, що азійська модель передбачає високий рівень соціальної відповідальності

ності. Підприємства, які дотримуються цієї моделі, часто інвестують у розвиток місцевих громад, підтримують освіту, охорону здоров'я та інші соціальні програми.

Ключовими елементами азійської моделі соціальної відповідальності бізнесу є:

- активна роль держави у просуванні принципів соціальної відповідальності;

- соціальна згуртованість на рівні компанії – це означає, що підприємство розглядається як «виробнича сім'я», а працівники – як члени цієї сім'ї;

- ділова згуртованість на рівні індустріальної групи, тобто підприємства в межах однієї галузі співпрацюють для досягнення спільних цілей;

- довічний найм – це одна з особливостей азійської моделі, до якої часто вдаються підприємства з метою створення стабільності та лояльності працівників;

- інвестування в освіту та розвиток співробітників задля підвищення кваліфікації своїх працівників;

- участь підприємств у місцевих соціальних проєктах та надання допомоги нужденним;

- захист навколишнього середовища шляхом намагання мінімізувати негативний вплив на природу.

Систематизувавши і узагальнивши подану вище інформацію, було виконано порівняльну характеристику базових моделей соціальної відповідальності бізнесу, яку представлено у табл. 1.

Зауважимо, що вибір оптимальної моделі залежить від багатьох факторів, зокрема:

- розмір підприємства – великі корпорації мають більше ресурсів для реалізації масштабних соціальних проєктів;

- сфера діяльності – підприємства, які працюють у галузях з високим рівнем соціальної відповідальності (наприклад, фармацевтика, енергетика),

повинні приділяти особливу увагу реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу;

- цільова аудиторія – підприємства повинні враховувати очікування своїх клієнтів, співробітників та інших зацікавлених сторін;

- культура підприємства – модель соціальної відповідальності бізнесу повинна відповідати цінностям та місії підприємства;

- фінансові можливості – підприємства повинні оцінити свої фінансові ресурси та розробити реалістичний план реалізації соціальних проєктів.

Враховуючи визначені чинники та зважаючи на характерні особливості моделей соціальної відповідальності бізнесу, було виявлено взаємозв'язок базових моделей соціальної відповідальності бізнесу з різними типами бізнесу, що представлено у вигляді табл. 2.

Таким чином, доцільно зауважити, що американська модель соціальної відповідальності бізнесу – це універсальний інструмент, який може використовувати будь-яке підприємство, незалежно від її розміру і сфери діяльності.

Так, американська модель соціальної відповідальності бізнесу є особливо корисною для корпорацій, які володіють значними фінансовими ресурсами, що дозволяє таким корпораціям брати на себе більш амбітні соціальні проєкти, які пов'язані з підтримкою освіти, охороною здоров'я, захистом довкілля.

Також американську модель соціальної відповідальності застосовують малі і середні підприємства, які, незважаючи на обмежені ресурси, можуть робити значний внесок у соціальний розвиток місцевих громад через локальні ініціативи шляхом співпраці з некомерційними організаціями або організовуючи волонтерські ініціативи.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика базових моделей соціальної відповідальності бізнесу

Модель соціальної відповідальності бізнесу	Американська модель	Європейська модель	Азійська модель
Фокус	Індивідуальна відповідальність, максимізація прибутку, добродійність	Колективна відповідальність, сталий розвиток, соціальна справедливість	Колективна відповідальність, взаємодія зі спільнотою, довгострокові відносини
Регулювання	Менше державного регулювання, більша роль ринку	Більше державного регулювання, баланс між ринком і суспільством	Більше саморегулювання, тісний зв'язок з урядом і суспільством
Інструменти	Добродійність, спонсорство, корпоративні соціальні інвестиції	Екологічні стандарти, соціальні звіти, корпоративна соціальна відповідальність	Філантропія, інвестиції в освіту, тісна співпраця з урядом
Приклади	Програми корпоративного волонтерства, спонсорство спортивних заходів	Сертифікація продукції за екологічними стандартами, соціальні звіти компаній	Корпоративні університети, підтримка місцевих громад

Джерело: розроблено авторами на основі [1–7]

Американська модель є придатною для підприємств, які працюють у сферах, що мають значний соціальний вплив. Наприклад, фармацевтичні підприємства можуть фінансувати дослідження нових ліків, а підприємства з виробництва продуктів харчування можуть фінансувати програми здорового харчування.

Далі наведено приклад соціальних проєктів, які можуть бути реалізовані за американської моделі соціальної відповідальності бізнесу:

1) фінансування освіти – створення стипендій, підтримка шкіл та університетів;

2) охорона довкілля – зменшення викидів, використання екологічно чистих матеріалів, підтримка екологічних проєктів;

3) розвиток здоров'я – фінансування медичних досліджень, пропаганда здорового способу життя;

4) підтримка місцевих громад – спонсорство місцевих заходів, благодійність, волонтерство;

5) фінансування благодійних організацій – надання фінансової підтримки різним благодійним фондам та організаціям, що працюють у сферах охорони здоров'я, освіти, боротьби з бідністю тощо.

Щодо європейської моделі соціальної відповідальності бізнесу, то вона також, як і американська, є універсальною і може бути адаптована до будь-якого типу бізнесу, незалежно від його розміру, галузі чи географічного розташування.

Однак, для великих корпорацій така модель є особливо важливою, так як вони володіють значними ресурсами та мають вплив на суспільство, а значить

повинні бути соціально відповідальними перед ним.

Основними бізнесами, яким підходить європейська модель соціальної відповідальності бізнесу, є:

1) виробничі підприємства, оскільки вони виробляють товари, які часто мають значний вплив на довкілля, а європейська модель соціальної відповідальності бізнесу може допомогти їм зменшити викиди, ефективніше використовувати ресурси та впроваджувати екологічно чисті технології;

2) енергетичні компанії, оскільки цей сектор має великий потенціал для зменшення негативного впливу на довкілля шляхом впровадження відновлюваних джерел енергії, енергоефективних рішень та соціальних програм, що є ключовими аспектами європейської моделі соціальної відповідальності бізнесу для енергетичних компаній;

3) фінансові установи (і банки, і небанківські фінансові інституції), які можуть використовувати європейську модель соціальної відповідальності бізнесу для інвестування в сталі проєкти, підтримки соціальних підприємств та забезпечення прозорості своїх операцій;

4) підприємства зі сфери харчової промисловості та фармацевтичні підприємства, оскільки ці сфери мають прямий вплив на здоров'я споживачів та стан довкілля, а європейська модель соціальної відповідальності бізнесу може допомогти підприємствам виробляти більш здорові продукти, підтримувати місцевих фермерів та зменшувати харчові відходи.

Таблиця 2

Взаємозв'язок моделей соціальної відповідальності бізнесу з різними типами бізнесу

Модель соціальної відповідальності бізнесу	Тип бізнесу	Характерні риси взаємодії	Приклади підприємств
Американська модель (англосаксонська)	Корпорації	Фокус на фінансових результатах, доброчинність, волонтерство співробітників	Coca-Cola, McDonald's, Nike, IBM
	Малий та середній бізнес	Часто інтегрують соціальні ініціативи в бізнес-модель	Локальні фермерські господарства, крафтові пивоварні, фармацевтичні компанії, компанії з виробництва продуктів харчування
Європейська модель (континентальна)	Великі корпорації	Сильний акцент на взаємодії зі стейкхолдерами, корпоративне управління, соціальні інвестиції	Nestle, Siemens
	Малий та середній бізнес	Часто сімейні бізнеси з довгостроковими зобов'язаннями перед співтовариством	магазини, невеликі виробництва
Азійська модель	Великі конгломерати	Тісний зв'язок з урядом, акцент на довгостроковій перспективі, соціальна відповідальність як частина національної культури	Samsung, Toyota
	Малий та середній бізнес	Часто сімейні бізнеси, інтеграція в локальні спільноти	Магазини, ремісничі майстерні

Джерело: розроблено авторами на основі [1–7]

Зауважимо, що оскільки Європейська модель соціальної відповідальності бізнесу ставить акцент на інтеграції соціальних та екологічних аспектів у бізнес-стратегію, то про неї переважно говорять у контексті великих корпорацій. Але її принципи та цінності є однаково важливими для малого та середнього бізнесу. Так, соціально відповідальний малий і середній бізнес має більше шансів виділитися на ринку та завоювати лояльність клієнтів, оскільки споживачі все більше віддають перевагу товарам і послугам підприємств, які дбають про суспільство й довкілля. Також багато міжнародних компаній та торгових мереж віддають перевагу співпраці з постачальниками, які дотримуються принципів соціальної відповідальності бізнесу, що, звісно ж, відкриває для малого і середнього бізнесу нові можливості для експорту та розширення бізнесу.

Головним викликом для малого і середнього бізнесу є обмеженість фінансових та людських ресурсів для впровадження заходів соціальної відповідальності бізнесу. Але малий та середній бізнес може співпрацювати з місцевими громадами, підтримуючи місцеві ініціативи та приймаючи участь у соціальних проєктах. Також важливо дотримуватися принципу справедливої оплати праці, не порушувати трудове законодавство та створювати безпечні та гідні умови праці. Використовуючи екологічно чисті матеріали та технології, впроваджуючи ресурсо- та енергозберігаючі технології, здійснюючи утилізацію відходів, малий та середній бізнес також реалізовує принципи соціальної відповідальності бізнесу. Крім того, малий та середній бізнес має можливість приймати участь в різноманітних програмах та ініціативах на рівні держави, регіону та міжнародних організацій, у межах яких надаються гранти та кредити для фінансування проєктів, пов'язаних з соціальною відповідальністю бізнесу.

Азійська модель соціальної відповідальності бізнесу найбільше підходить для таких типів підприємств:

1) сімейні бізнеси та кооперативи, оскільки ця модель ідеально вписується в структуру сімейних

підприємств, де акцент робиться на збереженні традицій, довгостроковому розвитку та взаємодопомозі;

2) компанії з сильною корпоративною культурою, яка заснована на цінностях, взаємодопомозі та лояльності працівників;

3) компанії, що працюють на місцевих ринках, особливо в сільській місцевості, що дає їм можливість встановити міцніші зв'язки з місцевими громадами та сприяти їхньому розвитку;

4) компанії, що орієнтовані на довгостроковий розвиток, тобто компанії, які не фокусуються на короткострокових прибутках, а прагнуть створити стійкий бізнес, який буде процвітати протягом багатьох поколінь;

5) корпорації кеірецу – це японські індустриальні групи, де компанії тісно пов'язані між собою і діють як єдине ціле. Така структура сприяє довгостроковій перспективі та соціальній відповідальності.

Отже, як бачимо, моделі соціальної відповідальності бізнесу є різноманітними і відрізняються за своїми характеристиками. Розуміння підприємствами цих відмінностей є важливим для успішної реалізації стратегій соціальної відповідальності та досягнення сталого розвитку бізнесу.

Висновки. Підсумовуючи результати виконаного дослідження, варто відзначити, що вибір моделі соціальної відповідальності бізнесу – це складний процес, який вимагає ретельного аналізу внутрішніх та зовнішніх факторів. Не існує універсальної моделі, яка б підійшла для всіх підприємств. Кожне підприємство повинно розробити свою власну стратегію соціальної відповідальності, враховуючи специфіку своєї діяльності та цінності.

Вибір моделі соціальної відповідальності бізнесу – це стратегічне рішення, яке безпосередньо впливає на репутацію підприємства, його взаємовідносини зі стейкхолдерами та довгостроковий успіх. Обираючи модель соціальної відповідальності бізнесу, підприємство фактично визначає, яку роль воно бачить для себе у суспільстві та як планує інтегрувати соціальні та екологічні цінності у свою діяльність.

Список літератури:

1. Лящук К.П. Моделі корпоративної соціальної відповідальності. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 6. Т. 1. С. 103–106.
2. Мосійчук І.В. Національні моделі корпоративної соціальної відповідальності: порівняльний аналіз. *Вісник Київського інституту бізнесу та технологій*. 2018. № 4. С. 52–54.
3. Жуковська А., Велічко К. Сучасні моделі соціальної відповідальності бізнесу: класифікація та порівняльна характеристика. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2019. № 4 (205). С. 11–20.
4. Урсова З.П., Вернидуб М.Ю. Сучасні тенденції розвитку концепцій соціальної корпоративної відповідальності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 9. С. 50–53.
5. Ворончак І.О. Європейська модель соціальної відповідальності бізнесу: особливості, тенденції розвитку та перспективи для України. *Інтелект XXI*. 2019. № 2. С. 9–14. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2019_2_3
6. Збарський В., Оваденко В. Формування моделей корпоративної соціальної відповідальності птахівничих підприємств на засадах маркетингу. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2024. № 2. Т. 9. С. 96–102.

7. Мозговий Я.І. Моделі корпоративної соціальної відповідальності в банках. *Ефективна економіка*. 2011. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=700>

References:

1. Lyashchuk K.P. (2019) Modeli korporatyvnoyi sotsialnoyi vidpovidalnosti [Models of corporate social responsibility]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu* [Bulletin of the Khmelnytskyi National University]. No. 6. Vol. 1. P. 103–106.

2. Mosiychuk I.V. (2018) Natsionalni modeli korporatyvnoyi sotsialnoyi vidpovidalnosti: porivnyalnyy analiz [National models of corporate social responsibility: a comparative analysis]. *Visnyk Kyivskoho instytutu biznesu ta tekhnolohiy* [Bulletin of the Kyiv Institute of Business and Technologies]. No. 4. P. 52–54.

3. Zhukovska A., Velichko K. (2019) Suchasni modeli sotsialnoyi vidpovidalnosti biznesu: klasyfikatsiya ta porivnyalna kharakterystyka [Modern models of social responsibility of business: classification and comparative characteristics]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka* [Bulletin Kyiv National University named after Taras Shevchenko]. No. 4 (205). P. 11–20.

4. Urusova Z.P., Vernydub M.YU. (2017) Suchasni tendentsiyi rozvytku kontseptsiy sotsialnoyi korporatyvnoyi vidpovidalnosti [Modern trends in the development of concepts of social corporate responsibility]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid* [Investments: practice and experience]. No. 9. P. 50–53.

5. Voronchak I.O. (2019) Yevropeyska model sotsialnoyi vidpovidalnosti biznesu: osoblyvosti, tendentsiyi rozvytku ta perspektyvy dlya Ukrayiny [The European model of social responsibility of business: features, development trends and prospects for Ukraine]. *Intelekt XXI* [Intellect XXI]. No. 2. P. 9–14. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2019_2_3

6. Zbarskyi V., Ovadenko V. (2024) Formuvannya modeley korporatyvnoyi sotsialnoyi vidpovidalnosti ptakhivnychkh pidpryyemstv na zasadakh marketynhu [Formation of models of corporate social responsibility of poultry enterprises on the basis of marketing]. *Ukrayinskyy zhurnal prykladnoyi ekonomiky ta tekhniky* [Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology]. No. 2. Vol. 9. P. 96–102.

7. Mozhovyy YA.I. (2011) Modeli korporatyvnoyi sotsialnoyi vidpovidalnosti v bankakh [Models of corporate social responsibility in banks]. *Efektivna ekonomika* [Effective economy]. No. 9. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=700>