

Фещур Р.В., Тимошук М.Р., Яворська Н.Р.

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Розкрито сутність методологічного базису соціально-економічної взаємодії (СЕВ) суб'єктів господарювання з навколишнім, внутрішнім і зовнішнім середовищем. Встановлено, що понятійний базис методології СЕВ утворюють такі категорії, як система, зв'язок, взаємодія, соціально-економічна взаємодія, корпоративна соціальна відповідальність, а концепція корпоративної соціальної відповідальності становить методологічну основу СЕВ. На підставі проведених досліджень визначено, що взаємодія підприємств із середовищем функціонування є вирішальним фактором впливу на його цілеспрямований розвиток, і ця взаємодія відбувається на засадах відповідальності та партнерських відносин зі стейкхолдерами. Аргументовано ряд засадничих принципів, на які спирається здійснення СЕВ.

Ключові слова: соціально-економічна взаємодія, цілеспрямований розвиток, корпоративна соціальна відповідальність, методологія, стейкхолдери.

Постановка проблеми. Як свідчить досвід економічно розвинутих країн соціально-економічна взаємодія підприємств слугує акселератором їхнього сталого розвитку, оскільки спричиняє дію прихованих важелів, таких як лояльність персоналу і клієнтів, позитивний імідж виробника якісної та екологічно чистої продукції, довіра заінтересованих сторін бізнес-процесу. СЕВ на підприємствах є запорукою їх ефективного функціонування, а складність та багатогранність такої взаємодії породжує необхідність розроблення дієвих інструментів її забезпечення та оцінювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічну основу соціально-економічної взаємодії на підприємствах складає концепція корпоративної соціальної відповідальності, теоретичні та прикладні засади якої стали предметом наукових досліджень ряду вітчизняних і зарубіжних учених – Г. Башняніна, Р. Бломстрома, Г. Боуена, Д. Вуда, Дж. Гуїра, К. Девіса, П. Друкера, Дж. Елкінгтона, А. Керолла, Н. Кизима, А. Колота, Ф. Котлера, Н. Кричевського, А. Кузнецової, О. Кузьміна, С. Мережі, М. Портера, О. Редькіна, М. Телетова, М. Туленкова, М. Фрідмана та ін.

Критичний аналіз результатів наукових досліджень дозволяє зробити висновок про існування відчутної прогалини в теоретичному базисі управління взаємодією заінтересованих

сторін бізнес-процесу, особливо щодо формування консенсусної концептуальної моделі СЕВ, розроблення однозначного понятійного апарату та адекватного інструментального забезпечення узгодженої взаємодії стейкхолдерів.

Актуальність окреслених проблем обґрунтування теоретичних засад соціально-економічної взаємодії на підприємствах зумовлює вибір теми наукового дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою роботи є дослідження та узагальнення теоретико-методологічних положень щодо забезпечення ефективної соціально-економічної взаємодії на підприємствах із навколишнім, внутрішнім та зовнішнім середовищем.

Опис основного матеріалу дослідження. Функціонування підприємства як складної економіко-виробничої системи відбувається в умовах взаємодії із зовнішнім середовищем, яке утворюють заінтересовані сторони, з навколишнім середовищем, якому відповідає екосистема, та з внутрішнім середовищем, основним елементом якого є працівники з властивими їм потребами, інтересами, цілями. Процес взаємодії відбувається шляхом створення, розвитку, занепаду зв'язків (об'єктивних, суб'єктивних) між структурними підрозділами підприємств, колективами працівників, територіальною громадою, органами державного управління та місцевого самоврядування тощо.

Наявність зв'язків є важливою характеристикою економіко-виробничої системи, через які узгоджуються як компліментарні, так і суперечливі інтереси стейкхолдерів (заінтересованих сторін). Розв'язання протиріч, що виникають між ними, відбувається у процесі соціально-економічної взаємодії підприємств із навколишнім, внутрішнім і зовнішнім середовищем та сприяє досягненню

© **Фещур Роман Васильович**, к.е.н., професор, Національний університет «Львівська політехніка», e-mail: romanfeshchur@gmail.com

Тимошук Мирослава Романівна, к.е.н., доцент, ДВНЗ «Університет банківської справи», тел.: +380503711693, e-mail: itymoshchuk@gmail.com

Яворська Наталія Романівна, к.е.н., викладач, Львівський університет бізнесу та права

встановлених внутрішніх цілей кожної сторони [1; 2].

З огляду на вищезазначене понятійну основу методологічного базису соціально-економічної взаємодії на підприємствах утворюють категорії

«система», «зв'язки», «взаємодія», «соціальна взаємодія», «соціально-економічна взаємодія» та «корпоративна соціальна відповідальність», сутність яких з точки зору вітчизняних і зарубіжних авторів наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Основні категорії методологічного базису соціально-економічної взаємодії на підприємствах*

Категорія	Сутність категорії	Автори
Система	<ul style="list-style-type: none"> Система – сукупність елементів, що взаємодіють між собою. Система характеризується структурною функцією та відношенням цілісності. Структура системи задається кількістю елементів і зв'язками між ними, які проявляються у процесі взаємодії 	Уємов А. І., Богданович В. І.,
Зв'язки	<ul style="list-style-type: none"> Зв'язки між структурними елементами системи існують, якщо вони впливають на їх поведінку. Зв'язки позначаються на діяльності підприємств у процесі їх взаємодії із середовищем функціонування. Тяглий, стабільний і довірчий характер налагоджених зв'язків визначає можливість ефективної взаємодії сторін бізнес-процесу для досягнення встановлених економічних і соціальних цілей 	Чухнов А. І. Дороніна М. С. Дороніна М. С.
Взаємодія	<ul style="list-style-type: none"> Взаємодія – взаємний зв'язок із обумовленим впливом одного об'єкта на інший. Найбільш вагомим фактором впливу на розвиток підприємств є взаємодія між економічними об'єктами і суб'єктами. Взаємодія – невід'ємна умова розвитку системи 	Туленков М. В. Мочерний С. В. Дороніна М. С.
Соціальна взаємодія	<ul style="list-style-type: none"> Соціальна взаємодія – вид соціального зв'язку. Соціальна взаємодія – форма соціальної комунікації, що спрямована на досягнення обоюдної вигоди 	Мочерний С. В. Туленков М. В.
Соціально-економічна взаємодія	<ul style="list-style-type: none"> «У рамках соціальної взаємодії розрізняють взаємодію економічну ... як основу взаємодії у сфері надбудови відносин, яка детермінує їх у кінцевому підсумку, зазнаючи одночасно їх активного впливу через соціальні норми та цінності, свідомість, діяльність політичних партій та громадських організацій» 	Мочерний С. В.
Корпоративна соціальна відповідальність	<ul style="list-style-type: none"> Корпоративна соціальна відповідальність – вид взаємодії підприємств і суспільства. Корпоративна соціальна відповідальність – відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство, навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, що сприяє сталому розвитку, зокрема здоров'ю та добробуту суспільства; враховує очікування заінтересованих сторін; відповідає законодавству, що застосовується та узгоджується з міжнародними нормами поведінки; інтегрована в діяльність усієї організації та застосовується в її взаємовідносинах 	Телетов О. С., Летуновська Н. Е. ISO 26000:2010

* Складено авторами за [3–11]

За характеристиками сутності категорійного апарату, наведеного у табл. 1, можна зробити такі узагальнюючі висновки:

1. Вирішальним чинником цілеспрямованої зміни, розвитку підприємств є їх взаємодія із середовищем функціонування, основу якої становлять об'єктивні та суб'єктивні взаємозв'язки, шляхом яких вирішуються соціально-економічні протиріччя, що виникають при цьому, узгоджуються різнонапрямлені інтереси стейкхолдерів;

2. Соціально-економічною є взаємодія у сфері соціально-економічних відносин із дотриманням засад соціальної відповідальності щодо навколишнього середовища та утвердженням моральних чеснот і етичних норм соціального

партнерства у внутрішньому та зовнішньому середовищі;

3. Методологічною основою соціально-економічної взаємодії слугує концепція корпоративної соціальної відповідальності.

Зважаючи на важливу роль концепції корпоративної соціальної відповідальності у забезпеченні соціально-економічної взаємодії на підприємствах, детальніше розглянемо її основні положення, формування яких історично пов'язують з іменами таких науковців, як Г. Боуен, Д. Вуд, Дж. Гуїр, П. Друкер, А. Керолл, Ф. Котлер, М. Портер, М. Фрідман та ін.

Соціально відповідальною (СВ) визнається діяльність підприємства, яка базується на етичних нормах, повазі до персоналу,

регіональної громади і суспільства у цілому, бережному ставленню до навколишнього середовища, що сприяє сталому розвитку підприємства та підвищенню якості життя населення і людському розвитку.

СВ діяльність слід розглядати як акселератор сталого розвитку, який спричиняє дію таких прихованих важелів: лояльність персоналу і клієнтів, позитивний імідж підприємства, думка регіональної громади і суспільства, довіра учасників бізнесового процесу тощо.

Соціально відповідальна діяльність (СВД) підприємств, спираючись на їх стратегії розвитку, сприяє досягненню місії та головних цілей (забезпечення зростання обсягу доходу та частки ринку) шляхом оптимізації бізнес-процесів, раціонального використання ресурсів, створення сприятливого інвестиційного клімату, утвердження пріоритету сталого розвитку, створення гармонійних та ефективних відносин з бізнес-середовищем, що у кінцевому результаті призводить до поліпшення фінансових та економічних показників діяльності підприємства.

У наукових джерелах наводиться ряд тлумачень термінів соціальна і корпоративна соціальна відповідальність (КСВ). У праці [12, с. 3] відзначається, що КСВ є «вільним вибором на користь зобов'язання підвищувати добробут громадян через відповідні підходи до ведення бізнесу, а також надання корпоративних ресурсів».

На підставі визначення, наведеного у Меморандумі про соціальну відповідальність бізнесу в Україні [13], під соціальною відповідальністю підприємств будемо розуміти їх відповідальне ставлення до збереження та відновлення екосистеми, персоналу та продукту, який створюється підприємством, до споживачів, партнерів, а також активну позицію щодо гармонійного співіснування, взаємодії та постійного діалогу з суспільством під час вирішення соціальних проблем.

З урахуванням наведених означень можна стверджувати, що соціальна відповідальність підприємства проявляється через відповідальне ставлення до навколишнього середовища (мінімізація негативних наслідків промислового виробництва на стан екології шляхом утилізації відходів, використання вторинної сировини, відновлення навколишнього середовища тощо), зовнішнього середовища (дотримання перед суспільством і регіональною громадою зобов'язань щодо їх розвитку шляхом створення нових робочих місць, розвитку інфраструктури, дотримання норм чинного законодавства, правил добросовісної конкуренції та несприйняття будь-яких проявів корупції та хабарництва) та персоналу підприємства (забезпечення зайнятості, своєчасної виплати належної та

гідної заробітної плати, створення відповідних умов праці та відпочинку, залучення працівників як до розроблення інноваційних видів продукції, так і до участі в управлінні підприємством, утвердження духу соціального партнерства між працедавцем та найманими працівниками).

Схематично взаємозв'язки між основними елементами соціально-економічної взаємодії відображено у «вигляді трикутника соціальної відповідальності», вершинами якого слугують «підприємство», «зовнішнє середовище» та «навколишнє середовище» (рис. 1).

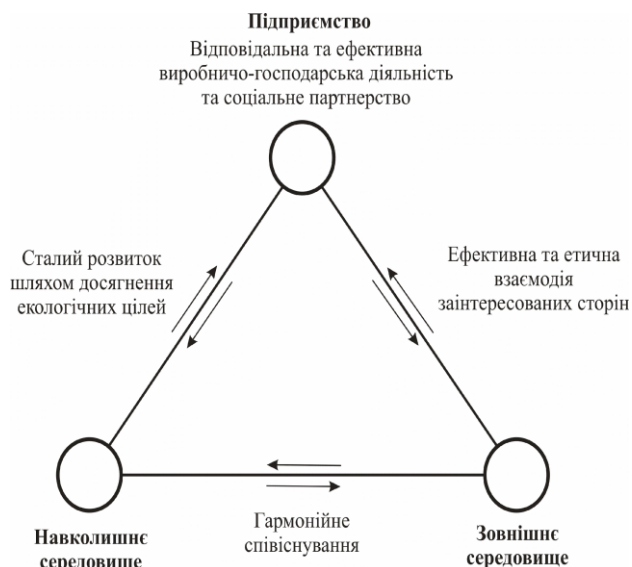


Рис. 1. Трикутник соціальної відповідальності підприємства (трикутник рівноваги інтересів)*

* Власна розробка авторів

При цьому основними завданнями підприємства слід вважати забезпечення ефективної та етичної взаємодії із зовнішнім середовищем та гармонійного співіснування із навколишнім середовищем при досягненні економічних цілей розвитку.

Попри численні практичні розробки стосовно СВ діяльності підприємств, наявна певна прогалина у побудові цільної теоретичної основи, яка спиралася б на систему засадничих умов щодо побудови і функціонування соціально відповідального підприємства.

Засадничі умови щодо СВ діяльності підприємств як стратегії розвитку бізнесу, нового підходу до управління були окреслені П. Друкером [14]:

- ефективність функціонування та реалізація основної мети (місії) є першочерговим соціальним обов'язком підприємства, усі інші соціальні ініціативи обмежені наявністю вільних ресурсів;
- сталий розвиток підприємства можливий у «здоровому» суспільстві, а «здоров'я» територіальної громади є запорукою успішного ведення бізнесу. Сприяючи оздоровленню

суспільства підприємство створює умови для бізнесової діяльності;

- система менеджменту підприємства є відповідальною за вплив операційної діяльності на навколишнє середовище незалежно від того, чи цей вплив був усвідомлений, чи ні. Підприємство зобов'язане повністю усунути чи мінімізувати негативні поточні та віддалені наслідки впливу її операційної діяльності;

завданням менеджменту підприємства є перетворення соціальних проблем, які виникають у суспільстві, на нові бізнес-можливості. Розв'язання соціальних проблем, скажімо бідності та неграмотності, є соціально інновацією, яка безпосередньо чи опосередковано сприятиме успішності бізнесу.

До числа основних концепцій щодо утвердження підприємства як соціально відповідального слід віднести такі [13; 15]:

1. Концепція обов'язкових зобов'язань – підприємство зобов'язане виконувати певні дії щодо його соціально-економічного розвитку, дотримуватися чинного законодавства, здійснювати бізнесову діяльність керуючись морально-етичними засадами, сприяти розвитку суспільства у цілому та регіональної громади і персоналу зокрема, звітуючи за результати діяльності з урахуванням сукупності розроблених економічних та соціальних індикаторів;

2. Концепція добровільності – підприємство ініціативно бере на себе додаткові зобов'язання щодо досягнення довгострокових цілей розвитку суспільства, регіональної громади, персоналу;

3. Концепція заінтересованих сторін (стейкхолдерів) – підприємство сповідує принцип розуміння відповідальності щодо заінтересованих сторін: персоналу, споживачів, акціонерів, постачальників, конкурентів, регіональної громади, держави, тобто щодо громадянського суспільства;

4. Концепція корпоративної підзвітності – підприємство створює систему прозорості звітності перед суспільством щодо нефінансової діяльності та інших стосунків із заінтересованими сторонами;

5. Концепція продуктивності – підприємство розглядає соціально відповідальну діяльність як важіль впливу на параметри сталого розвитку (інструмент подолання ризиків сталого розвитку).

Відзначені концепції покладено в основу відповідних теоретичних підходів, опрацьованих економічною наукою. На даний час основними теоретичними базами СВ діяльності підприємств вважають:

- теорію заінтересованих сторін – за якою збалансування цілей і задоволення вимог стейкхолдерів призводить до зростання

фінансової ефективності діяльності підприємства;

- теорію індикативності – за якою високий рівень КСВ є свідченням надійності підприємства як ділового партнера;

- теорію вільних ресурсів – за якою соціальна відповідальність обумовлюється наявністю вільних грошових коштів;

- теорію синергійного впливу – за якою між СВ діяльністю і фінансовими результатами існує кореляційний зв'язок [15, с. 18].

Відзначимо, що вимоги стейкхолдерів до підприємств, які здійснюють СВ діяльність, щонайменше охоплюють такі питання: розкриття мотивів діяльності, спрямованість діяльності, часова тяглість соціально відповідальної діяльності, дієвість заходів СВ діяльності, інформаційна відкритість і звітна прозорість у процесі здійснення СВ діяльності [12, с. 204–206].

Спираючись на ці засадничі положення та результати аналізу наукових публікацій з КСВ підприємств, сформулюємо ключові принципи щодо здійснення СВ діяльності [16]: принцип переконаності – підприємство усвідомлює бізнесову діяльність як елемент корпоративної соціальної відповідальності, як засіб постійного удосконалення бізнесу; принцип партнерства – підприємство розглядає кожну заінтересовану сторону від споживача до конкурента, від органів державного управління та місцевого самоврядування до громадських організацій як гідного поваги партнера; принцип обов'язковості – підприємство має обов'язок щодо соціального розвитку персоналу, регіональної громади та суспільства, раціонального використання ресурсів, мінімізації негативних наслідків операційної діяльності на стан екології; принцип добровільності – підприємство ініціативно бере на себе додаткові зобов'язання щодо соціально-економічного розвитку персоналу, регіональної громади та суспільства, відновлення навколишнього середовища, раціонального використання ресурсів, впровадження розширеної та прозорої системи соціальної звітності; принцип узгодженості – СВ діяльність підприємства спрямовується на узгодження інтересів зацікавлених сторін, зокрема задоволення потреб споживачів при дотриманні етичних і норм чинного законодавства; принцип дієвості – підприємство здійснює СВ діяльність як важливу передумову сталого розвитку, вагомий чинник підвищення конкурентоспроможності, дієвий важіль впливу на формування у суспільстві позитивного іміджу; принцип відповідності – обсяги та структура соціальних витрат підприємства залежать від сформованої системи корпоративних цінностей, ефективного

функціонування, фази життєвого циклу, рівня соціально-економічного розвитку підприємства, регіону та суспільства; принцип відкритості – підприємство прагне здійснювати комунікаційну політику чесно і добросовісно стосовно кожної заінтересованої сторони; принцип довіри – підприємство усвідомлює, що розвиток бізнесу залежить від взаємної довіри стейкхолдерів, яка базується на сприйнятті публічної інформації щодо його діяльності.

Наведені принципи цілком співзвучні з фундаментальними етичними принципами бізнесової діяльності – збереження людської гідності та спрямованості до загального блага [17].

Для забезпечення ефективної соціально-економічної взаємодії на підприємствах доцільно розширити сформовану вище сукупність принципів (переконаності, партнерських стосунків, обов'язковості, добровільності, узгодженості, дієвості, відповідності, відкритості, довіри) шляхом включення загальних принципів системного взаємозв'язку, економічної доцільності, соціальної необхідності, саморегульованості тощо [18].

Узагальнюючи проведені дослідження, відзначимо, що соціально відповідальні підприємства повинні створювати і розвивати виробництво товарів і надання послуг для

задоволення людських потреб, забезпечувати належні умови для гідної та продуктивної праці та використовувати ресурси з метою сталого розвитку.

Зважаючи на вищенаведене, концепцію корпоративної соціальної відповідальності доцільно розглядати як методологічну основу забезпечення соціально-економічної взаємодії на підприємствах, яка безпосередньо може здійснюватися за моделями соціальної взаємодії Н. Смельзера, Дж. Хоманса (модель раціональної взаємодії з урівноважуванням вигод і втрат кожної сторони) чи символічного інтеракціонізму Дж. Міда, Г. Блумера (модель соціальної взаємодії на основі встановлення індивідуальних оцінок вагомості для кожного об'єкта і суб'єкта взаємодії) [10, с. 48–49].

Соціально-економічна взаємодія є визначальним фактором довгострокового розвитку підприємств, у процесі якої узгоджуються інтереси заінтересованих сторін – створюються умови для збереження та відтворення навколишнього середовища, соціально-економічного розвитку підприємств, задоволення потреб споживачів і підвищення життєвого рівня населення.

Схематично процес соціально-економічної взаємодії підприємства із середовищем функціонування відображено на рис. 2.



Рис. 2. Схематичне відображення процесу соціально-економічної взаємодії на підприємствах*

* Власна розробка авторів

У процесі взаємодії кожна сторона прагне досягнути поставлену перед нею мету: навколишнє середовище – зберегти екосистему; внутрішнє середовище – забезпечити економічний розвиток підприємства з дотриманням положень щодо соціально відповідальної діяльності; зовнішнє середовище – урівноважити економічні та соціальні інтереси.

Підприємство як центральна ланка СЕВ покликане не лише створювати економічне підґрунтя інноваційних перетворень, але й діяти соціально відповідально у середовищі функціонування, що безпосередньо чи опосередковано позначається на результатах його виробничо-господарської діяльності.

Висновки і перспективи подальших досліджень. На підставі проведеного аналізу наукових напрацювань нами розкрито сутність методологічного базису соціально-економічної взаємодії суб'єктів господарювання з навколишнім, внутрішнім і зовнішнім середовищем. СЕВ підприємств розуміють як процес взаємозв'язаних дій між заінтересованими сторонами, що спрямований на розв'язання протиріч, які виникають при цьому, та сприяє досягненню цілей кожної сторони (збереження і відтворення екосистеми, сталий розвиток підприємства, задоволення потреб споживачів, підвищення якості життя регіональної громади тощо).

Понятійний базис методології СЕВ утворюють такі категорії, як система, зв'язок, взаємодія, соціально-економічна взаємодія, корпоративна соціальна відповідальність. Аналіз та узагальнення досвіду СЕВ на підприємствах дає змогу зробити такі висновки: взаємодія підприємств із середовищем функціонування є вирішальним фактором впливу на його цілеспрямований розвиток; соціально-економічна взаємодія відбувається на засадах відповідальності та партнерських відносин із стейкхолдерами; концепція корпоративної

соціальної відповідальності становить методологічну основу СЕВ, а її здійснення спирається на ряд засадничих принципів — усвідомлення переконаності, партнерства, добровільного обов'язку, узгодженості інтересів, комунікаційної відкритості, етичної поведінки, економічної доцільності соціальних зобов'язань.

Забезпечення СЕВ призводить до виникнення взаємопов'язаних іміджевого і соціального результатів, які безпосередньо чи опосередковано впливають на економічні результати діяльності підприємств. Як підтверджують результати дослідження навіть за достатньо слабкої кореляції між соціальними та економічними результатами вплив СЕВ на соціально-економічний розвиток підприємств у довгостроковій (10–15 років) перспективі є достатньо відчутним.

Подальші дослідження повинні стосуватись проблеми оцінювання СЕВ з огляду на вагомість впливу соціальних факторів на економічні результати виробничо-господарської діяльності, несформованість обліково-звітної бази оцінювання СЕВ, інформаційну непрозорість підприємств та неоднозначність методичної основи розроблених інструментів оцінювання.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кифяк В. Теоретичні основи визначення категорії «розвиток підприємства» / В. Кифяк // Економічний аналіз : зб. наук. пр. / Тернопільський нац. екон. ун-т. – 2011. – Вип. 8, ч. 2. – С. 190–194.
2. Кицак Т. Г. Соціальна доктрина як передумова розбудови моделі реального соціально-економічного прогресу / Т. Г. Кицак, І. Ф. Коваленко // Стан та перспективи розвитку економіки України в умовах глобалізації: теорія та практика : колект. монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. О. О. Непочатенка. – Умань : Сочінський [вид.], 2014. – С. 113–118.
3. Башнянін Г. І. Ефективність соціалізації економічних систем: методологічні проблеми методологічного аналізу / Г. І. Башнянін, Л. Я. Гончарук – Львів : Новий світ-2000, 2010. – 240 с.
4. Економічна енциклопедія : у 3 т. / гол. ред. Б. Д. Гаврилишин. – К. : Академія, 2000. – Т. 1 : А (абандон) – К (концентрація виробництва) / відп. ред. С. В. Мочерний. – 2000 – С. 182.
5. Економічний енциклопедичний словник : у 2 т. / С. В. Мочерний [та ін.] ; ред. С. В. Мочерний. – Львів : Світ, 2005. – Т. 2 : О – Я. – Львів : 2006. – 563 с.
6. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / Р. С. Дяків [та ін.] ; ред. Р. С. Дяків. – К.: Міжнародна економічна фундація, 2000. – 704 с.
7. Сибирская Е. М. Методика оценки управления предприятиями на основе системы индикаторов [Електронний ресурс] // Вестник Томского государственного университета. Экономика – 2011. – №3 (15). – С. 61–74. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/metodika-otsenki-upravleniya-predpriyatiyami-na-osnove-sistemy-indikatorov>.
8. Словник сучасної економіки Макміллана / пер. з англ. ; голов. ред. Д. В. Пірс. – 4 вид. – К. : АртЕк, 2000. – 640 с.
9. Телетов О. С. Взаємодія промислових підприємств та органів місцевого самоврядування в контексті управління соціальною інфраструктурою / О. С. Телетов, Н. Є. Летуновська // Маркетингові інновації в економіці і бізнесі : [колект. монографія / за заг. ред. С. В. Ковальчук]. – Хмельницький : Поліграфіст-2, 2013. – С. 299–309.
10. Туленков М. В. Теоретико-методологічні основи організаційної взаємодії в соціальному управлінні : монографія. – К. : Каравела, 2012. – 512 с.
11. International Standard ISO 26000 – Guidance on social responsibility. – 2010 – 106 pp.
12. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі ; пер. з англ. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.
13. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf.
14. Друкер Питер Ф. Задачи менеджмента в XXI веке / Питер Ф. Друкер – М. : Вильямс, 2004. – 272 с.
15. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика : підручник / М. А. Саприкіна [та ін.] ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. О. С. Редькіна – К. : Фарбований лист, 2011. – 480 с.

16. Кицак Т. Г. Проблеми формування європейської соціальної моделі в Україні: стан та особливості розвитку / Т. Г. Кицак, І. Ф. Коваленко // Стан та перспективи розвитку фінансової системи України : [колект. монографія / під ред. д-ра екон. наук, проф. О. О. Непочатенка]. – Умань : Сочінський [вид.], 2012. – 324 с.

17. Моральність капіталізму. Те, що ви не почуєте від викладачів / за ред. Том Дж. Палмера ; пер. з англ. – К. : Основи, 2014. – 128 с.

18. Шемаєва Л. Г. Управління стратегічною взаємодією підприємства із суб'єктами зовнішнього середовища [Електронний ресурс] // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: Економічна. – 2008. – Вип. 33-2. – С. 50–55 – Режим доступу: http://library.donntu.org/fem/vip33-2/33-2_08.pdf.

REFERENCES

1. Kyfyak, V. (2011). Teoretychni osnovy vyznachennya katehoriyi «rozvytok pidpryyemstva» [Theoretical basis of the definition of «enterprise development»]. Proceedings from MIIM '11: Tretia mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia – The Third International Scientific and Practical Conference. (pp. 190–194). Ternopil': Ternopil's'kyj natsional'nyj ekonomichnyj universytet [in Ukrainian].

2. Kytsak, T. H., Kovalenko, I. F. (2014). Sotsial'na doktryna yak peredumova rozbudovy modeli real'noho sotsial'no-ekonomichnoho prohresu [Social doctrine as a prerequisite for building a model of real socio-economic progress]. Stan ta perspektyvy rozvytku ekonomiky Ukrainy v umovakh hlobalizatsii – State and prospects of Ukraine's economy in the context of globalization (pp. 113-118). Uman: Sochins'kyj [in Ukrainian].

3. Bashnyanin, H. I., & Honcharuk, L. Ya. (2010). Efektyvnist' sotsializatsiyi ekonomichnykh system: metodolohichni problemy metrolohichnoho analizu [Efficiency of socialization of economic systems: methodological problems metrological analysis]. Lviv: Novyj svit-2000 [in Ukrainian].

4. Havrylyshyn, B. D. (Ed.). (2000). Ekonomichna entsyklopediya [Economic encyclopedia]. (Vols. 1-3). Kyiv: Akademiia [in Ukrainian].

5. Mochernyy, S. V. (Ed.). (2006). Ekonomichnyy entsyklopedychnyy slovnyk [Economic encyclopedic dictionary]. (Vols. 2). Lviv: Svit [in Ukrainian].

6. Dyakiv, R. S. (Ed.). (2000). Entsyklopediya biznesmena, ekonomista, menedzhera [Encyclopedia of businessman, economist, manager]. Kyiv : Mizhnarodna ekonomichna fundatsiia [in Ukrainian].

7. Sybyrskaya, E. M. (2011). Metodyka otsenky upravlenyya predpryyatyamy na osnove systemy undykatorov [Methods of assessing the management of the enterprises on the basis of a system of indicators]. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta - Bulletin of Tomsk State University. Economy, 3 (15), 61–74. Retrieved from <http://cyberleninka.ru/article/n/metodika-otsenki-upravleniya-predpriyatiyami-na-osnove-sistemy-indikatorov>.

8. Pirs, D. (Ed.). (2000). Slovyk suchasnoyi ekonomiky Makmillana [Macmillan Dictionary of Modern Economics]. Kyiv: ArtEk [in Ukrainian].

9. Tyelyetov, O. S., & Letunovs'ka, N. Ye. (2013). Vzayemodiya promyslovykh pidpryyemstv ta orhaniv mistsevoho samovryaduvannya v konteksti upravlinnya sotsial'noyu infrastrukturoyu [Interaction between industry enterprises and local authorities in the context of social infrastructure management]. Marketynhovi innovatsii v ekonomitsi i biznesi – Marketing innovations in the economy and business (pp. 299-309). Khmel'nyts'kyj: Polihrafist-2 [in Ukrainian].

10. Tulenkov, M. V. (2012). Teoretyko-metodolohichni osnovy orhanizatsiynoi vzayemodiyi v sotsial'nomu upravlinni [Theoretical and methodological foundations of organizational interaction in social management]. Kyiv: Karavela [in Ukrainian].

11. International Standard ISO 26000. (2010). Guidance on social responsibility, 106 pp.

12. Kotler, F., & Li, N. (2005). Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist'. Yak zrobyty yakomoha bil'she dobra dlya vashoyi kompaniyi ta suspil'stva [Corporate social responsibility. How to do as much good as possible for your company and society]. Kyiv: Standart [in Ukrainian].

13. Sotsial'na vidpovidal'nist' biznesu: rozuminnia ta vprovadzhennia [Corporate social responsibility: understanding and implementation]. (n.d.). www.un.org.ua. Retrieved from http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf [in Ukrainian].

14. Druker, Pyter F. (2004). Zadachy menedzhmenta v XXI veke [Tasks of management in the XXI century]. Moskva: Vil'jams [in Russian].

15. Red'kin, O. S. (Ed.). (2011). Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist': modeli ta upravlins'ka praktyka [Corporate social responsibility: models and management practices]. Kyiv: Farbovanyj lys [in Ukrainian].

16. Kytsak, T. H., Kovalenko, I. F. (2012). Problemy formuvannya yevropeys'koyi sotsial'noyi modeli v Ukraini: stan ta osoblyvosti rozvytku [Problems of formation of the European social model in Ukraine: state and development features]. Stan ta perspektyvy rozvytku finansovoi systemy Ukrainy – Status and prospects of Ukraine's financial system (pp. 324). Uman: Sochins'kyj [in Ukrainian].

17. Palmer, Tom Dzh. (Ed.). (2014). Moral'nist' kapitalizmu. Te, shcho vy ne pochuyete vid vykladachiv [Morality of capitalism. What you won't hear from teachers]. Kyiv: Osnovy [in Ukrainian].

18. Shemayeva, L. H. (2008). Upravlinnya stratehichnoyu vzayemodiyeyu pidpryyemstva iz sub'yektamy zovnishn'oho seredovyshcha [The management of strategic enterprise interaction with the subjects of the environment]. Naukovi pratsi Donets'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu – Scientific papers of Donetsk National Technical University, issue 33-2, (pp. 50-55). Retrieved from http://library.donntu.org/fem/vip33-2/33-2_08.pdf [in Ukrainian].