

Олена А. Овечкіна¹, Валентина В. Храпкіна²,
Ольга В. Маслош³, Микита А. Рябуха⁴

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ - ФЕНОМЕН СОЦІО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ: СУЧАСНИЙ ІСТОРИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ АСПЕКТ

У статті розглянуто основні теоретичні питання вибору вітчизняними підприємствами ринкової моделі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Визначено безальтернативність КСВ у вирішенні соціальних проблем українського суспільства та підвищенні ефективності його господарської сфери. З'ясовано фактори, що гальмують імплементацію КСВ у господарську діяльність бізнес-структур. Відмічено, що можливий прискорений перехід від ринкової моделі КСВ до моделі КСВ на основі «спільних цінностей». Показано, що спільна (комунітарна) модель КСВ базується на встановленні взаємовигідних, довготривалих зв'язків бізнесу з внутрішнім і зовнішнім колами стейкхолдерів. Розкрита соціальна та економічна значущість для компаній розширення кола зацікавлених суб'єктів. Показано, що наявність стійких груп стейкхолдерів, які розширюються, свідчить про суспільне визнання підприємств як соціально значущих суб'єктів.

Ключові слова: соціалізаційний процес, корпоративна соціальна відповідальність, соціально-відповідальний бізнес, концепція «корпоративного егоїзму», концепція «спільних цінностей», концепція «розумного егоїзму», концепція «свідомого капіталізму».

Літ. 22.

DOI: 10.32752/1993-6788-2023-1-261-16-24

Olena A. Ovechkina, Valentyna V. Khrapkina, Olga V. Maslosh, Nikita A. Ryabukh SOCIAL RESPONSIBILITY - PHENOMENON OF SOCIO-ECONOMIC PROCESSES: MODERN HISTORICAL-CONCEPTUAL ASPECT OF RESEARCH

The article examines the main theoretical issues of choosing a market model of corporate social responsibility (CSR) by domestic enterprises. The irrelevance of CSR in solving social problems of Ukrainian society and increasing the efficiency of its economic sphere has been determined. The factors inhibiting the implementation of CSR in the economic activity of business structures have been clarified. It was noted that an accelerated transition from the market model of CSR to the model of CSR based on "common values" is possible. It is shown that the joint (community) model of CSR is based on the establishment of mutually beneficial, long-term business relationships with internal and external circles of stakeholders. The social and economic significance for companies of expanding the circle of interested subjects was revealed. It is shown that the presence of stable groups of stake holders, which are expanding, indicates the public recognition of enterprises as socially significant subjects.

Keywords: socialization process, corporate social responsibility, socially responsible business, concept of «corporate selfishness», concept of «common values», concept of «intelligent selfishness», concept of «conscious capitalism».

Peer-reviewed, approved and placed: 12.12.2022.

¹ Volodymyr Dahl East Ukrainian National University. Ukraine.

² National University "Kyiv-Mohyla Academy". Ukraine.

³ Volodymyr Dahl East Ukrainian National University. Ukraine.

⁴ Volodymyr Dahl East Ukrainian National University. Ukraine.

Постановка проблеми. Багатьма дослідниками різних галузей наукових знань майже одноголосно стверджується, що в умовах деструктивного впливу повномасштабного воєнного конфлікту на території України на всі соціально-економічні процеси, що відбуваються у державі, відтворення й подальший розвиток потреб і можливостей людей, реалізація їх поведінкових пріоритетів і цінностей були і залишаються головними питаннями сучасного соціально-економічного розвитку. В цьому сенсі дослідження внутрішнього змісту, механізмів та інструментів процесу соціалізації у певних сферах життєдіяльності суспільства важко переоцінити. Серед означених механізмів особливо актуальним постає наразі механізм соціальної відповідальності, результативна імплементація якого у господарську поведінку бізнес-суб'єктів у формі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) має виключне значення для створення умов найшвидшого відродження економічної сфери та «поштовхом» до відтворення і подальшого розвитку позитивних тенденцій соціальної сфери буття соціуму, що набуває особливої значущості в умовах як воєнного, так і повоєнного стану держави.

Аналіз останніх публікацій. На сьогодні у значній кількості праць вітчизняних вчених достатньо активно обговорюються питання структуризації соціалізаційного процесу як «наскрізного», що охоплює нанорівень економіки (рівень окремих індивідів), мікрорівень організацій, фірм і макрорівень держави [1, с. 16-17; 2, с.18; 3]. При цьому, визнається, що за кожним рівнем його реалізації, діють механізми соціальної відповідальності бізнесу і держави [4; 5; 6]. В аспекті зазначеного, значний методологічний потенціал мають наукові праці, в яких надається визначення ролі соціальної відповідальності у вдосконаленні концептуальних підстав щодо: розробки нової соціально-орієнтованої корпоративної стратегії підприємств [4]; вдосконалення соціальної та економічної політики держави [7]; створення умов соціальної держави і захищеного населення з гідним рівнем праці і життя [8]. Отже, на теоретико-категоріальному рівні досліджень поняття «соціальна відповідальність» розглядається як цілком закономірний синтез позитивних змін у всіх сферах життя суспільства (економічній, політичній, соціальній, духовно-культурній), як умова і результат поєднання інтересів індивідів, бізнесу, держави, суспільства в цілому. Однак, з точки зору емпіричного рівня досліджень особливо актуальної наразі КСВ, і тим більше, прикладного рівня рекомендацій щодо її впровадження у господарській діяльності бізнес-структур, слід відзначити панування спрощених звичайних суджень щодо соціальних підприємств, соціального підприємництва, ринкової моделі компаній, які транслиються масовій аудиторії у ЗМІ [9; 10] та подекуди у науковій літературі.

Зважаючи на сказане, **метою статті** є відображення історико-еволюційного аспекту теоретичних досліджень процесу імплементації соціальної відповідальності у господарську діяльність західних компаній та виявлення значущості їх позитивного досвіду для вітчизняних підприємств щодо розробки власних моделей КСВ.

Основні результати дослідження. Результати узагальнення певної кількості праць вітчизняних дослідників показали, що вивчення питання соціальної

відповідальності інституційних суб'єктів (держави, підприємств, індивідів) відбувається, на наш погляд, на онтологічно-філософських позиціях, нормативно-правових, меркантильно-економічних.

Онтологічно-філософські позиції дослідження соціальної відповідальності пов'язується з вивченням відповідальності будь-якого суб'єкта перед соціумом, соціальною групою, іншими індивідами і трактується вченими як атрибут людського життя у суспільстві, що відбулося у таких філософських концепціях, як: антропологічна і суспільна [11; 12]. За антропологічною концепцією, відповідальність/невідповідальність суб'єкта залежить від його ставлення до інших людей і суспільної дійсності в цілому. Поведінка людини розглядається як феномен певної (обмеженої) автономії до цінностей соціуму. В цьому сенсі основою відповідальності є власні морально-етичні позиції людини в аспекті сприйняття і розуміння нею таких архетипічних соціальних інституцій, як мораль, добро, зло, особистий обов'язок. Модель соціального статусу такої людини, яка транслює усвідомлені загально-людські соціальні норми через свою поведінку, можна назвати *Homo faber* - (у перекладі з латинської мови - «людина, що творить» добро по відношенню до інших, «мудра» людина).

Відповідно до суспільної концепції, на думку В. Звонара та Ю. Осокіної, соціальна відповідальність людини обумовлена трансляцією певним (конкретно-історичним) суспільством соціальних норм, адекватних «специфічному устрою суспільного життя» [11; 12]. На основі суспільної концепції можна представити розмаїття моделей поведінки індивіда: від його «...абсолютного підпорядкування... суспільній дійсності (або вищим за ієрархією суб'єктам) до ...цілеспрямованого наміру конструювати цю дійсність самостійно чи разом з іншими такими суб'єктами» [12, с. 27, 29]. За цією концепцією, психологічна готовність суб'єкта до певних дій, пов'язаних з витратами на благо соціуму, не є безумовною, навпаки, сприймається як жертвовність, благодійність, яку соціум очікує від суб'єкта, і яку треба сформувати.

Знов згадуючи філософію відповідальності М. Вебера, слід відзначити, що, на його думку, саме етика відповідальності, на відміну від етики переконань, означає увагу до коштів для реалізації поставлених соціальних цілей та відповідальність за наслідки їх реалізації [13]. Натомість, етика переконань передбачає невідступне дотримання моральних принципів, [навіть] незалежно від результатів та витрат і певним чином співпадає з трактуванням соціальної відповідальності за антропологічною концепцією. Звідси, індивідуальні рішення управління, що базуються на принципах етики переконань, суспільство оцінить як рішення «мудрої» людини, коли усвідомить не опосередковану меркантильними цілями «морально-етичну відповідальність» її професійної діяльності [13].

За нормативно-правовою позицією правознавців, виділяється економічна відповідальність (система формальних і неформальних норм та правил поведінки господарюючих суб'єктів-власників, які перебувають у стані економічного вибору та приймають рішення щодо раціонального використання (вигідного розміщення) обмежених ресурсів), що складає загальну підставу: 1)

господарської відповідальності (настання несприятливих майнових чи адміністративно-управлінських наслідків, які настають для суб'єктів господарювання у випадку невиконання чи неналежного виконання ними вимог господарського договору або господарського законодавства); 2) господарсько-правової (майново-організаційної за змістом і юридичною за формою) через заходи впливу [з боку держави] на економічні інтереси учасників господарських правовідносин у разі вчинення ними господарського правопорушення); 3) фінансово-правової, у т.ч. податкової (державний осуд, що полягає в нормативному і забезпеченому державою обов'язку суб'єктів суспільних відносин зазнавати заходів примусу за вчинене правопорушення [14].

Якщо за нормативно-правовою позицією економічна і господарська відповідальність виникають по відношенню до клієнтів, партнерів, конкурентів, то фінансово-господарська і податкова відповідальність - виключно по відношенню до держави. Стосовно соціуму відповідальність господарюючих суб'єктів характеризується через поняття «морально-етична відповідальність [професійної] діяльності», як: властивість фахівців оцінювати свою поведінку з точки зору користі для оточуючих суб'єктів і суспільства; їх готовність і здатність відповідати за доручену справу, ухвалені рішення, скоєні вчинки з позицій моральних принципів [15, с. 26], іншими словами, ретельно виконувати свої професійні обов'язки, що не передбачає безкорисливості, а, навпаки, вимагає адекватної оцінки професіоналізму.

Викладені ідеї нормативно-правової позиції щодо дослідження соціальної відповідальності на мікрорівні (рівні бізнесу) певною мірою були відображені у праці М. Фрідмена «Капіталізм і свобода», в якій він підкреслював, що деякі тенденції в економіці спроможні істотно підірвати самі основи вільного суспільства, у тому числі, прийняття керівниками корпорацій концепції соціальної відповідальності. Як зазначає автор, у системі вільного підприємництва існує одна соціальна відповідальність бізнесу (СВБ): використання своїх ресурсів для участі в діяльності, спрямованій на підвищення його [бізнесу] прибутків, і отримання якомога більше грошей для акціонерів [16].

Категорична позиція М. Фрідмена фактично розпочала процес формування трьох основних концепцій СВБ, що розглядаються та аналізуються наразі багатьма іноземними вченими. Ці концепції відбили реакцію західної наукової спільноти на позицію науковця, якому власне відводиться авторство першої концепції – «корпоративного егоїзму», за якою СВБ полягає в тому, щоб за допомогою наявних ресурсів максимізувати прибуток, дотримуючись при цьому встановлених «правил гри». М. Фрідменом викладені засади так званої традиційної ринкової моделі соціальної відповідальності, головною рисою якої є прирівнювання соціальної відповідальності до примусового виконання соціальних зобов'язань, що пред'являються бізнесу державою (своєчасна сплата податків, виплата заробітної плати, виконання інших зобов'язань, передбачених законом, підтримання стандартів якості продукції тощо). Суб'єктами відповідальності вважаються лише приватні власники та вищі управлінці, які після отримання доходу від діяльності компанії, можуть займатися приватною благодійністю,

але не компанія в цілому. Оскільки держава є головним суб'єктом, який очікує відповідальності від бізнесу, то відносини з нею певним чином можуть замінити безліч зв'язків бізнесу з соціальним оточенням [17].

В рамках другої концепції, що отримала назву концепція «корпоративного альтруїзму», соціальна відповідальність трактується ширше і, крім виконання законодавчо закріплених соціальних зобов'язань, припускає участь бізнесу в соціальних програмах та благодійності. Головним суб'єктом відповідальності визначається компанія як соціальна спільність, де власники співпрацюють з менеджерами, персоналом, постачальниками, споживачами, представниками громадськості тощо, а соціальна відповідальність стає результатом їх спільних дій. Кожен із суб'єктів, хто включений в компанію чи контактує з нею, є носієм її цінностей, які транслюються через власників та вище керівництво. Очевидно, що в концепції «корпоративного альтруїзму» запозичені основні ідеї концепції маркетингу взаємодій. Проте, як і раніше, соціальна відповідальність стосується інвесторів і менеджменту, а не компаній в цілому.

Третя концепція соціальної відповідальності отримала назву - концепція «розумного егоїзму», у якій наголошується, що СВБ - це частина бізнес-стратегії, що сприяє зміцненню ринкового становища компанії у довгостроковій перспективі. Компанія свідомо скорочує свої поточні прибутки, вкладаючи кошти у реалізацію соціальних проєктів, сподіваючись на створення у довгостроковій перспективі умов для одержання стабільного прибутку, завдяки формуванню сприятливого соціального середовища для співробітників компанії, інших внутрішніх і зовнішніх зацікавлених груп та зміцнення її іміджу в цілому.

Звідси з'явилося нове тлумачення корпоративної форми підприємства (бізнесу). Корпорація, відмічають Дж. Пост, Л. Престон та С. Сакс, — це організація, яка займається мобілізацією ресурсів для їхнього продуктивного застосування з метою створення добробуту та інших форм вигод для стейкхолдерів [18]. Таким чином, сутність нового розуміння корпоративної форми організації фірми зводиться до необхідності впровадження у практику її господарювання вдосконаленої стейкхолдерської парадигми відносин, за якою передбачається, що:

1) зростання вартості акціонерного капіталу має вести одночасно до зростання вартості сукупного капіталу фірми і супроводжуватися зростанням соціального благополуччя (socialwelfare);

2) перерозподіл вигод між різними групами зацікавлених сторін має бути врівноваженим, проте на практиці він найчастіше відбувається на користь власників.

Саме зростання цієї невідповідності знову посилило увагу дослідників до проблем соціальної відповідальності та «соціальної громадянськості» корпорацій, що знайшло відображення у появі комбінованого підходу, заснованого, на думку Дж. Уоллеса та інших вчених, на цінностях (value-(s)-based). За комбінованим підходом цільова функція нарощування вартості акціонерного капіталу пов'язана з функцією соціальної відповідальності [19], що відбилось у концепції «спільних цінностей», за якою, на думку М. Портера і М. Креймера, з'ясовується «спосіб» посилення конкурентоспроможності

компанії на практиці, й одночасно покращення економічних і соціальних умов існування тих конкретних спільнот, для яких і у межах яких компанія працює [20].

Автори концепції спільних цінностей вважають, що реальна бізнес-діяльність (бізнес-практики компанії) мають повністю відповідати загальним цінностям (як самого бізнесу, так і решти суспільства). Соціальні витрати, звідси, мають розглядатися не як «навантаження» на бізнес, а як важлива складова повсякденної діяльності організацій, що забезпечить конкурентоспроможність і прибуток. На думку М. Портера та М. Креймера, бізнес-діяльність компаній, які реалізують концепцію загальних цінностей, стає вище рангом за діяльність організацій, орієнтованих на реалізацію традиційної моделі КСВ з домінуванням ринкових правил [20].

У рамках концепції спільних цінностей слід розглядати й публікації з питань появи теорії «свідомого капіталізму» (бізнесу) як нового етапу «капіталістичної еволюції». «Свідомий бізнес, відмічають Дж. Маккі та Р. Сісодіа, керується тим принципом, що створення цінностей для всіх зацікавлених осіб – невід’ємний компонент успішності, а суспільство та довкілля – дуже важливі «зацікавлені особи» [21]. Компанії, якими рухає насамперед прагнення доходів, продовжують вчені, часом штучно прищеплюють соціальні та екологічні програми до традиційної бізнес-моделі максимізації доходів, зазвичай з метою поліпшення своєї репутації або як захисні заходи проти критики. Більшість таких псевдо соціально-спрямованих дій – звичайний піар, який піддається справедливому осуду і часто називається «зеленим відмиванням». Отже, необхідний цілісний підхід, що не обмежується лише об’єднанням конфліктуючих цілей (максимізації акціонерної вартості та забезпечення вимог зацікавлених сторін), а стає невід’ємною частиною культури і цінностей компанії, філософією її бізнесу та моделлю «свідомої поведінки» [21], таким же, як і ринкові правила, звичайним правилом господарювання.

Звертаючись до реалій впровадження соціальної відповідальності у практику господарювання вітчизняних підприємств, слід відзначити, що в наших умовах склалася:

- по-перше, наявна, асиметрія між теоретичним, філософським опрацюванням проблематики КСВ і прикладними дослідженнями процесу імплементації цього соціального інституту в корпоративні політику та практику [4, с.77]. Отже, «зусилля науковців, як відмічає А. Колот, мають бути спрямовані не тільки і не стільки на пізнання всієї палітри явищ і процесів, пов’язаних з феноменом КСВ, скільки на використання результатів дослідження під час формування та реалізації корпоративної політики, яка б працювала на стійку соціальну динаміку» [4, с.77].

Маємо зазначити, що саме така дослідницька ситуація розв’язана в процесі розробки концептуальних основ продукування нових практик соціально-відповідальної діяльності західних компаній. Мова про те, що узагальнення результатів нових інструментів соціалізації господарської діяльності бізнес-структур на основі індуктивного методу аналізу надало підставу західним вченим сформулювати положення абдуктивної

(гіпотетичної) моделі КСВ, успішно апробованої у практиці господарювання провідних компаній.

Модель спільних цінностей виявила дедуктивний характер знання про КСВ, що відбулося у концепції «свідомого капіталізму», значно поглиблюючи логіку досліджень феномена соціальної відповідальності як системи, в якій КСВ є важливою, але не єдиною складовою, поряд с державною соціальною відповідальністю, відповідальністю індивідів і всього соціуму, чому дуже вдало відповідає пропонований у науковій літературі термін «консолідована (спільна, комунітарна) соціальна відповідальність» [4, с.78; 22];

- по-друге, підживлене дещо ЗМІ, гальмування процесу засвоєння сучасної філософії КСВ представниками бізнес-структур через:

- пониження ролі соціальних ресурсів (таланту, інтелекту, креативності, інноваційності співробітників) у набутті конкурентних переваг, вважаючи, що головна роль має відводитися економічним ресурсам (матеріальним, фінансовим). Це стосується не лише вітчизняних, але й зарубіжних компаній, стратегія функціонування і розвитку яких залишається на принципах ринкової моделі КСВ;

- не усвідомлення повною мірою вигод від соціальних інвестицій - добровільних внесків бізнесу в розвиток суспільства через фінансування (участь у фінансуванні) цільових програм, які відповідають потребам внутрішніх зацікавлених осіб (персоналу, профспілкам) та зовнішніх стейкхолдерів (груп споживачів, постачальників, посередників). Ці вигоди, як підкреслюється у концепції спільних цінностей, пов'язані з максимізацією перспективного прибутку бізнес-структур через підвищення конкурентоспроможності на національному і світовому ринках за рахунок залучення зусиль взаємопов'язаних і взаємозацікавлених у прибутковій діяльності компаній суб'єктів;

- завищення ризиків фінансування соціальних інвестиційних проектів та (часто небезпідставно) ризиків очікування опортуністичної поведінки від внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів, тим більше, якщо до останньої групи підключаються місцева і центральна влада, а у теперішній час також ризиків, обумовлених військовими діями.

Висновки. Викладений матеріал дозволяє зробити такі висновки: по-перше, розгляд досвіду західних компаній показав, що у практиці їх господарювання інституція КСВ наповнюється більш глибоким змістом взаємовигідних зв'язків бізнес-структур зі стейкхолдерами, що знаходить відображення у інституції СВБ, яка свідомо, без примусу та, головне, ефективно використовується багатьма великими корпораціями заходу; по-друге, сприйняття вітчизняними підприємствами норм СВБ як перспективного орієнтиру вдосконалення типових моделей господарської поведінки, є безальтернативним в умовах післявоєнного відродження й подальшого розвитку всіх сфер життєдіяльності; по-третє, гальмування і, навіть, протидії КСВ через недооцінку ролі соціальних ресурсів у забезпеченні рентабельності підприємства, неусвідомлення повною мірою вигод від інвестицій у соціальні проекти мають бути переосмислені як хибні, такі, що перешкоджають впровадженню і розкриттю всіх переваг ринкової моделі КСВ

на шляху до створення дійсно спільної, комунітарної соціальної відповідальності.

1. Соціальна економіка: навч. посіб. /О.О. Беляєв (кер. авт. кол.), Є.Б. Ніколаєв (наук. ред.), А.В. Келічавий та ін. К.: КНЕУ, 2014. - 481 с.
2. Кириленко Л.М. Необхідність, сутність та напрями соціальної орієнтації економічного розвитку. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія Економіка. 2014. №12(165). С. 18-22.
3. Яхно Т.П. Соціалізація економіки та індивідуалізація споживчого ринку як необхідні передумови національного розвитку. Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент». 2019. Випуск 2 (80). С. 12-17.
4. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: сучасна філософія, проблеми засвоєння. Економіка України. 2014. №3 (628). С. 70-82.
5. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. Навч. посіб. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.
6. Біла І. С., Шевченко О. О. Соціальна відповідальність держави та бізнесу як передумова розвитку соціальної економіки. Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. 2020. Т. 5. Вип. 1. С. 10-15. URL: <http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/>.
7. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / Н.М. Сіренко, Т.І. Лункіна, А.В. Бурковська. Миколаїв : МНАУ, 2021. 216 с.
8. Гідна праця: імперативи, українські реалії, механізми забезпечення: монографія. [А. М. Колот, В. М. Данюк, О. О. Герасименко та ін.]; за наук. ред. д.е.н., проф. А. М. Колота. К.: КНЕУ, 2017. 500 с.
9. Баранова О. Соціальне підприємництво як відповідь суспільства на соціальні потреби. URL: https://biz.ligazakon.net/interview/205014_sotsalne-pdprimnitstvo-yak-vdpovd-susplstva-na-sotsaln-potrebi.
10. Соціальне підприємництво: міфи та реальність. URL: <https://www.prostir.ua/?news=sotsialne-pidprijemnytstvo-mify-ta-realnist>.
11. Осокін Ю. С. Відповідальність соціального суб'єкта: філософський аналіз. Дис... канд. філос. Наук. Спеціальність: 09.00.03 - соціальна філософія та філософія історії. Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. К., 2006. - 198 с.
12. Звонар В.П. Соціальна відповідальність як соціоекономічний феномен: теорія та українські реалії /Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України. Київ, 2018. 288 с.
13. Вебер Макс. Протестантська етика і дух капіталізму. К.: Основи, 1994. 261 с.
14. Іванський А. Й. Фінансово-правова відповідальність в сучасній Україні: теоретичне дослідження. Автореферат дис ... д.ю.н. Спеціальність: 12.00.07 — адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право. Одеська національна юридична академія. Одеса, 2009. 42 с.
15. Мануйлов Є.М. Морально-етична відповідальність суб'єктів діяльності. Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Серія Філософія. 2011. № 9. С.24-31.
16. Friedman M. Capitalism and Freedom. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1962.
17. Levitt T. The Dangers of Social Responsibility // Harvard Business Review. 1958. Vol. 36. № 5. P. 44–49.
18. Post J.E., Preston L.E., Sachs S. Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth. Stanford, CA: Stanford University Press, 2002.
19. Wallace J. Value Maximization and Stakeholder Theory: Compatible or Not? //Journal of Applied Corporate Finance. 2003. Vol 15. №3. P. 120-127.
20. Porter M.E., Kramer M.R. Greeting Shared Value // Harvard Business Review. 2011. № 89 (1/2). P. 62–77.
21. Mackey J., Sisodia R.S. «Conscious Capitalism: Liberating the Heroic Spirit of Business». Harvard Business Review Press. Boston, Massachusetts, 2014.
22. Колот А.М., Павловская О.В. Социальное партнерство как институт формирования консолидированной социальной ответственности: теоретические основы. Социальная экономика. 2013. № 1. С. 81–91.

1. Sotsialna ekonomika: navch. posib. /O.O. Bieliaiev (ker. avt. kol.), Ye.B. Nikolaiev (nauk. red.), A.V. Kelichavii ta in. K.: KNEU, 2014. - 481 s.
2. Kyrylenko L.M. Neobkhdnist, sutnist ta napriamy sotsialnoi oriientsatsii ekonomichnoho rozvytku. Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Seriiia Ekonomika. 2014. №12(165). S. 18-22.
3. Yakhno T.P. Sotsializatsiia ekonomiky ta indyvidualizatsiia spozhyvchoho rynku yak neobkhdni peredumovy natsionalnoho rozvytku. Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Seriiia «Ekonomika i menedzhment». 2019. Vypusk 2 (80). S. 12-17.
4. Kolot A.M. Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: suchasna filosofiia, problemy zasvoiennia. Ekonomika Ukrainy. 2014. №3 (628). S. 70-82.
5. Okhrimenko O.O., Ivanova T.V. Sotsialna vidpovidalnist. Navch. posib. Natsionalnyi tekhnichnyi universytet Ukrainy «Kyivskiy politekhnichnyi instytut», 2015. 180 s.
6. Bila I. S., Shevchenko O. O. Sotsialna vidpovidalnist derzhavy ta biznesu yak peredumova rozvytku sotsialnoi ekonomiky. Naukovi zapysky NaUKMA. Ekonomichni nauky. 2020. T. 5. Vyp. 1. S. 10-15. URL: <http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/>.
7. Sotsialna vidpovidalnist: navch. posib. / N.M. Sirenko, T.I. Lunkina, A.V. Burkovska. Mykolaiv : MNAU, 2021. 216 s.
8. Hidna pratsiia: imperatyvy, ukraïnski realii, mekhanizmy zabezpechennia: monohrafiia. [A. M. Kolot, V. M. Daniuk, O. O. Herasymenko ta in.]; za nauk. red. d.e.n., prof. A. M. Kolota. K.: KNEU, 2017. 500 s.
9. Baranova O. Sotsialne pidpriemnytstvo yak vidpovid suspilstva na sotsialni potreby. URL: https://biz.ligazakon.net/interview/205014_sotsialne-pdprimnitstvo-yak-vidpovid-suspilstva-na-sotsialni-potreby.
10. Sotsialne pidpriemnytstvo: mify ta realnist. URL: <https://www.prostir.ua/?news=sotsialne-pidpriemnytstvo-mify-ta-realnist>.
11. Osokina Yu. S. Vidpovidalnist sotsialnoho subiekta: filosofskiy analiz. Dys... kand. filos. Nauk. Spetsialnist: 09.00.03 - sotsialna filosofiia ta filosofiia istorii. Kyivskiy natsionalnyi universytet im. Tarasa Shevchenka. K., 2006. - 198 s.
12. Zvonar V.P. Sotsialna vidpovidalnist yak sotsioekonomichniy fenomen: teoriia ta ukraïnski realii //Instytut demohrafii ta sotsialnykh doslidzhen imeni M. V. Ptukhy NAN Ukrainy. Kyiv, 2018. 288 s.
13. Veber Maks. Protestantska etyka i dukh kapitalizmu. K.: Osnovy, 1994. 261 s.
14. Ivanskyi A. Y. Finansovo-pravova vidpovidalnist v suchasniï Ukraini: teoretychne doslidzhennia. Avtoreferat dys ... d.iu.n. Spetsialnist: 12.00.07 – administratyvne pravo i protses; finansove pravo; informatsiïne pravo. Odeska natsionalna yurydychna akademiia. Odesa, 2009. 42 s.
15. Manuilov Ye.M. Moralno-etychna vidpovidalnist subiektiv diialnosti. Visnyk Natsionalnoi yurydychnoi akademii Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho. Seriiia Filosofiia. 2011. № 9. S.24-31.
16. Friedman M. Capitalism and Freedom. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1962.
17. Levitt T. The Dangers of Social Responsibility // Harvard Business Review. 1958. Vol. 36. № 5. P. 44–49.
18. Post J.E., Preston L.E., Sachs S. Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth. Stanford, CA: Stanford University Press, 2002.
19. Wallace J. Value Maximization and Stakeholder Theory: Compatible or Not? //Journal of Applied Corporate Finance. 2003. Vol 15. №3. P. 120-127.
20. Porter M.E., Kramer M.R. Greeting Shared Value // Harvard Business Review. 2011. № 89 (1/2). P. 62–77.
21. Mackey J., Sisodia R.S. «Conscious Capitalism: Liberating the Heroic Spirit of Business». Harvard Business Review Press. Boston, Massachusetts, 2014.
22. Kolot A.M., Pavlovskaia O.V. Sotsyalnoe partnerstvo kak ynstytut formirovaniya konsolydirovannoi sotsyalnoi otvetstvennosti: teoretycheskiye osnovy. Sotsyalnaia ekonomika. 2013. № 1. S. 81–91.