

УДК 336:658.14

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-101-5>

Шулюк Б. С.
Петрушка О. В.

Західноукраїнський національний університет

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРІОРИТЕТІВ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ

Обґрунтовано доцільність активізації партнерських відносин органів державної влади (місцевого самоврядування) і суб'єктів підприємницької діяльності задля покращення фінансування об'єктів інфраструктури. Висвітлено трактування поняття «корпоративна соціальна відповідальність» українськими та зарубіжними вченими. Узагальнено концептуальні підходи до розкриття змісту згаданої дефініції, зокрема з позиції інструментального, політичного, інтегративного, етичного та стейкхолдерівського підходів. Представлено основні компоненти реалізації корпоративної соціальної відповідальності, які включають ціннісні орієнтири, принципи, форми, методи та оцінку отриманих результатів. Визначено пріоритетні сфери співпраці між державою і бізнесом, зокрема ті, що забезпечують потреби суспільства в якісних освітніх, оздоровчих, культурних послугах, високотехнологічній екологічно чистій продукції, створенні нових робочих місць.

Ключові слова: органи державної влади, органи місцевого самоврядування, суб'єкти підприємницької діяльності, корпоративна соціальна відповідальність, державна фінансова політика, пріоритетні сфери діяльності.

Постановка проблеми. В умовах побудови соціально зорієнтованої економіки органи державної влади чи місцевого самоврядування внаслідок хронічної нестачі бюджетних коштів не мають змоги фінансувати суспільно важливі сфери на рівні, що забезпечує їх динамічний розвиток. Водночас вони є відповідальними перед громадянами країни в процесі реалізації цілей соціальної політики. Тому актуальним завданням сьогодення є залучення українських компаній до виконання завдань, які покладені на державу. Співпраця згаданих суб'єктів економічних відносин потребує обговорення й узгодження, що сприятиме врегулюванню проблемних ситуацій, мінімізації впливу ризиків і підвищенню ефективності партнерських відносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Корпоративна соціальна відповідальність є актуальним предметом наукових досліджень, оскільки співпраця держави і бізнесу визнана дієвим засобом досягнення стратегічних соціальних, економічних і екологічних цілей. Зазначені питання представлені у праці В. Антощенкової та М. Дейнеги, де досліджено передумови і встановлено історико-теоретичні аспекти корпоративної соціальної відповідальності. Науковцями доведено, що корпоративна соціальна відповідальність сприяє не тільки підвищенню добробуту населення, але й зниженню бізнес-витрат та ризиків, отриманню конкурентних переваг, покращенню легітимності і репутації компанії, підвищенню капіталізації активів бізнесу [1]. О. Іршак, О. Коломієць, А. Черепанин досліджують, систематизовують та узагальнюють наукові концепції, які покладені в основу існуючих видів корпоративної соціальної відповідальності та пропонують сучасну класифікацію її видів, ґрунтуючись на концепції сталого розвитку та досягненні Цілей сталого розвитку [2]. О. Сова і В. Кузнецов запропонували практичні кроки для ефективного використання згаданої відповідальності: професійні тренінги, соціальні та благодійні місії, підтримка освітніх і культурних ініціатив, реалізація екологічних проєктів, співпраця з місцевими громадами тощо. Також вченими акцентовано на визначальній ролі корпоративної соціальної відповідальності у забезпеченні успішного розвитку підприємств

в гармонії з природою та досягненні суспільного прогресу в глобалізаційних умовах сьогодення [3]. Досліджувані питання розкриті й у науковому доробку зарубіжних вчених. Зокрема, К. Девіс досліджував теорії і принципи соціальної відповідальності бізнесу [4]. М. Фрідман зосереджував увагу на обов'язковості отримання фінансових вигід суб'єктом підприємницької діяльності в процесі виконання соціальних завдань, покладених на нього державою [5].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значний внесок вчених у розвиток економічної науки, й досі відсутні комплексні дослідження теоретичних і організаційних засад корпоративної соціальної відповідальності, а також не визначено її роль в реалізації домінантів державної фінансової політики.

Мета статті полягає в узагальненні трактувань корпоративної соціальної відповідальності задля виділення концептуальних підходів до розуміння її сутності, виокремлення пріоритетних напрямів реалізації співпраці органів державної влади (місцевого самоврядування) і суб'єктів підприємницької діяльності з метою фінансування важливих сфер життєдіяльності суспільства.

Виклад основного матеріалу. Полеміка наукового середовища свідчить про появу корпоративної соціальної відповідальності як бізнес-ініціативи, яка згодом поглибилась у сферу діяльності держави. Поняття «корпоративна соціальна відповідальність» розкрито у працях зарубіжних вчених: Г. Боуена, Д. Вуда, А. Керролла, Ф. Котлера, Б. Маллена, Е. Фрімена, М. Хопкінса та ін. Науковий інтерес до згаданого поняття проявили й українські дослідники – Д. Букреева, К. Денисенко, А. Колот, І. Лебедев, Я. Ляшок, О. Маліновська тощо (табл. 1). Узагальнюючи наявні в економічній літературі трактування, вважаємо, що під соціальною відповідальністю бізнесу варто розуміти взяття ним зобов'язань щодо вирішення екологічних і соціальних проблем органів державної влади чи місцевого самоврядування на добровільній основі. Така відповідальність передбачає досягнення гармонії у відносинах між державою, суб'єктом підприємницької діяльності й суспільством.

Таблиця 1

Наукові дефініції поняття «корпоративна соціальна відповідальність»

Автори, джерело	Поняття «корпоративна соціальна відповідальність»
Г. Боуен [6, с. 6]	реалізація тієї політики, прийняття таких рішень, або дотримання таких правил поведінки, які були б бажані з позиції цілей та цінностей суспільства
Д. Букреева, К. Денисенко [7]	бажання компанії підтримувати соціальні проблеми як окремого напрямку в межах однієї країни, так і на світовому тлі. Соціальна відповідальність – це механізм допомоги суспільству та одночасно розвитку бізнесу
Д. Вуд [8, с. 693]	модель поведінки суб'єктів підприємницької діяльності, що охоплює принципи мотивації, поведінкові процеси, відслідковування наслідків впливу корпоративних і управлінських дій на зовнішнє середовище
А. Керролл [9, с. 500]	відповідність поведінки бізнесу економічним, правовим, етичним і дискреційним очікуванням суспільства на певному етапі розвитку держави
А. Колот [10, с. 6]	імплементований у корпоративне управління певний вид соціальних зобов'язань (здебільшого добровільних) перед працівниками, партнерами, інститутами громадянського суспільства і суспільством в цілому
Ф. Котлер [11, с. 23]	дії, які спрямовані на максимізацію позитивного впливу бізнесу на суспільство і мінімізацію негативного впливу на підприємницьку діяльність, що сприяє соціальному, економічному і екологічно стійкому розвитку
І. Лебедев [12, с. 114]	спрямована на стійкий розвиток активна соціальна позиція підприємства, яка включає сумлінне виконання нормативних актів і угод із соціального партнерства, а також добровільно прийнятих додаткових зобов'язань по задоволенню економічних і соціальних потреб внутрішніх і зовнішніх заінтересованих осіб і суспільства у цілому
Я. Ляшок [13, с. 271]	діяльність компанії, яка додатково до існуючих правових норм, здійснює позитивний соціальний вплив на оточуюче середовище
О. Маліновська [14, с. 201]	морально-етична відповідальність бізнесових структур за рівень надання послуг, рівень якості виробленої продукції, а також створення гармонійного середовища відносин між працівниками, партнерами, споживачами та суспільством загалом у вирішенні соціальних проблем
Б. Маллен [15]	підхід до управління бізнес-процесами з метою отримання загального позитивного впливу на суспільство
Р. Фрімен [16, с. 32]	моральна відповідальність бізнесу не перед суспільством загалом, а лише перед зацікавленими сторонами, до яких відносять: акціонерів, працівників підприємства, постачальників, споживачів та територіальні громади, у яких здійснює свою діяльність суб'єкт підприємницької діяльності
М. Хопкінс [17]	поєднання процесу отримання прибутку фірми з відповідальною поведінкою, що означає не лише «прибуток за будь-яку ціну», але і зосередження уваги на тому, яким чином отриманий прибуток»

Джерело: складено авторами

Різні тлумачення цього поняття зумовили появу певних концептуальних підходів до розуміння його сутності. Так, поширення набув інструментальний підхід. Він розглядає корпоративну соціальну відповідальність як засіб отримання прибутку підприємством. Прихильником такого підходу був М. Фрідман, який вважав, що основною метою діяльності суб'єкта підприємницької діяльності є отримання максимального обсягу прибутку [5]. Відповідно такий комерційний підхід передбачає виконання бізнесом виключно тих соціальних обов'язків, які делегували йому органи влади. При цьому обов'язковою умовою співпраці є збагачення приватного партнера. На переконання вченого-економіста, недоліком виконання цих функцій бізнесом є обмеженість надання соціальних послуг споживачам.

Популярним є політичний підхід, ідеологія якого базується на виокремленні: корпоративного громадянства та корпоративного конституціоналізму. Перший з них передбачає, що інвестиційні приватні вкладення в об'єкти соціальної інфраструктури пов'язують зазвичай із корпоративним громадянством. Така асоціація виникла в іноземній літературі в 1980-х рр. XX століття в процесі активізації взаємозв'язків держави, підприємницького сектору та суспільства, переходу від патерналізму до рівноправності суб'єктів економічних відносин. Тогочасні наукові ідеї спрямовані на переосмислення ролі бізнес-структур у важливості реалізації цілей соціальної політики. Відповідно до цього підходу підприємство розглядається як «корпоративний громадянин», який, окрім спеціальні організованої діяльності, має соціально-політичні права та обов'язки. Беручи

соціальні зобов'язання, він спрямовує частину свого прибутку на реалізацію соціальних цілей і гарантує суспільству й державі правомірне та справедливе виконання делегованих повноважень. «Корпоративний громадянин» несе не тільки відповідальність, пов'язану з сплатою податків, створенням робочих місць та дотриманням трудового права, а й здійснює реалізацію принципів сталого соціально-економічного розвитку та захисту навколишнього середовища, підтримку різноманітних суспільних ініціатив та благодійництво.

Згаданий підхід увійшов в коло наукових інтересів і вітчизняних вчених. На думку О. Зінченко, А. Хімченка, О. Зибаревої та Л. Вербівської, корпоративне громадянство є формою соціальної відповідальності бізнесу, яка реалізовується у зовнішньому середовищі. До неї автори відносять: «чесне і відповідальне підприємництво; налагодження дієвої системи соціального партнерства в тріаді «бізнес-влада-суспільство»; взаємодію з місцевими органами влади і громадами з метою сталого розвитку територій; забезпечення якості продукції, прав та інтересів споживачів; створення сприятливих умов для відтворення і розвитку людського капіталу та його раціонального використання; підтримку добровільної суспільно корисної діяльності громадян; охорону навколишнього природного середовища і ресурсозбереження; ефективний діалог із зацікавленими сторонами і громадськістю; практику поширення моделі соціально відповідальної поведінки (здорового способу життя, харчування, волонтерство тощо)...» [18, с. 27–28; 19, с. 285].

Акцентуючи увагу на цьому підході, зарубіжні та українські вчені стверджують про необхідність

соціального вектору розвитку суб'єктів підприємницької діяльності задля забезпечення добробуту населення.

Відповідно до корпоративного конституціоналізму підприємництво розглядається як громадський інститут, що має виконувати взяті обов'язки з відповідальністю перед суспільством. Одним з перших, хто дослідив вплив корпоративної влади на суспільство був К. Девіс. Вчений сформулював два принципи здійснення цієї влади: «принцип рівняння» і «залізний закон відповідальності». Згідно з першим бізнес використовує свою владу відповідно до взятих зобов'язань. Другий принцип стосується негативних наслідків неякісного використання влади. К. Девіс стверджував, що «той, хто невідповідально використовує свою корпоративну владу, у довгостроковому періоді втратить її. Зрештою ці функції візьмуть на себе інші суб'єкти економічних відносин» [4, с. 75]. На думку автора, якщо підприємство неефективно використовує свою владу, воно втратить своє становище в суспільстві. Таким чином, межі корпоративної влади визначаються тиском суспільства, яке встановлює умови для здійснення ефективною діяльності підприємства. Це звужує можливості влади суб'єктів підприємницької діяльності так само, як обмежений вплив чинить на державну владу конституція. Тому теорія К. Девіса отримала назву «корпоративний конституціоналізм».

Доцільно виділити інтегративний підхід. У цьому контексті розглядається необхідність включення суспільних потреб в коло інтересів бізнесу. Адже підприємство, будучи частиною суспільства, має здійснювати внесок у створення соціального блага шляхом реалізації товарів і надання послуг ефективним і справедливим способом. За висловлюванням А. Сміта, суб'єкт підприємницької діяльності має враховувати стан соціальної інфраструктури, здійснювати інвестиції з метою створення добробуту населення, а не тільки задля власного фінансового зростання [20]. При цьому Ф. Котлер стверджував, що корпоративна соціальна відповідальність є вільним вибором підприємства, внаслідок якого він повинен змінити підходи до ведення бізнесу з метою здійснення технологічних інновацій, виробництва нових товарів, створення робочих місць, надання якісних соціальних послуг [11].

Етичний підхід акцентує увагу на питаннях етики, які впливають на взаємовідносини бізнесу з державою та суспільством. Цей підхід доповнює правову природу корпоративної соціальної відповідальності шляхом формування індивідуального кодексу моралі для бізнесу. Етична відповідальність включає неформальні правила поведінки, які не завжди зазначені в правових джерелах, але суспільство очікує їх дотримання суб'єктами підприємницької діяльності. Ці правила ґрунтуються на гуманістичних засадах, релігійних переконаннях та передбачають дотримання прав людини. З цього приводу О. Охріменко та Т. Іванова зазначають, що найбільш значущими інструментами в корпоративній соціальній відповідальності є: «етичні кодекси, карти етики, комітети з етики, соціальні ревізії, соціальна звітність, навчання етичній поведінці, етичні експертизи, система методів морального заохочення та покарання, соціальні комунікації» [21, с. 136–137].

Новий підхід до розуміння досліджуваного поняття зародився з появою теорії стейкхолдерів. Відповідно до цієї теорії основна мета

підприємця – максимізація прибутку – не може бути досягнута повною мірою без урахування інтересів зацікавлених осіб. Відтак фінансовий стан суб'єкта підприємницької діяльності знаходиться у пропорційній залежності від успішно побудованих взаємин з стейкхолдерами, зокрема працівниками, покупцями, постачальниками, посередниками, фінансовими та громадськими організаціями, державою. С. Харт, досліджуючи теорію «динамічних можливостей підприємства» [22], стверджував, що рушійними силами для розвитку бізнесу є виклики, породжені зовнішнім середовищем. При цьому важливим є постійне вдосконалення, інтеграція зацікавлених сторін і спільне бачення.

Вище розглянуті підходи зосереджені на трьох основних аспектах:

- 1) інтеграції соціальної відповідальності усіх зацікавлених осіб;
- 2) відповідальному виконанні делегованих функцій;
- 3) забезпеченні добробуту населення.

Таким чином, вважаємо, що корпоративна соціальна відповідальність є системою цінностей, яка повинна бути закладена у стратегію розвитку суб'єктів підприємницької діяльності. Така система має базуватися на встановлених принципах, формах та методах, а також передбачати здійснення постійного моніторингу за їх реалізацією (рис. 1).

На нашу думку, усвідомлення та осмислення ціннісних орієнтирів, форм та методів реалізації корпоративної соціальної відповідальності дадуть змогу бізнес-структурам чіткіше побудувати стратегію діяльності, планувати свої дії та їх наслідки, ефективніше реалізовувати соціальні програми. Ця відповідальність є підґрунтям для розвитку партнерських відносин держави і бізнесу. З огляду на це необхідно визначити пріоритетні сфери співпраці між згаданими суб'єктами економічних відносин. Вважаємо, що першочерговими домінантами повинні бути ті галузі соціальної сфери, що забезпечують потреби суспільства в якісних освітніх, оздоровчих, культурних послугах, високотехнологічній екологічно чистій продукції, створенні нових робочих місць тощо (рис. 2).

За твердженням К. Павлюк і С. Павлюк, пріоритетні сфери реалізації партнерських відносин органів влади і суб'єктів підприємницької діяльності повинні бути окреслені в стратегічних напрямках соціально-економічного розвитку держави чи регіону. При цьому автори зазначають, що формування стратегії має ґрунтуватися на основоположних принципах рівноправності та прозорості партнерів, соціально-економічній ефективності реалізації інфраструктурних проєктів [27, с. 18–19]. На основі таких стратегічних документів варто визначати тактичні завдання, розробляти та затверджувати державний і місцеві бюджети. В поточному році це дасть змогу спрямовувати бюджетні кошти на вирішення важливих соціально-економічних завдань, зокрема на місцевому рівні. Водночас, враховуючи постійний дефіцит бюджетних коштів, синергія співпраці з бізнесом сприятиме залученню додаткових фінансових ресурсів з метою поліпшення якості життя населення, покращення навколишнього середовища та створення сприятливих умов для розвитку підприємства.

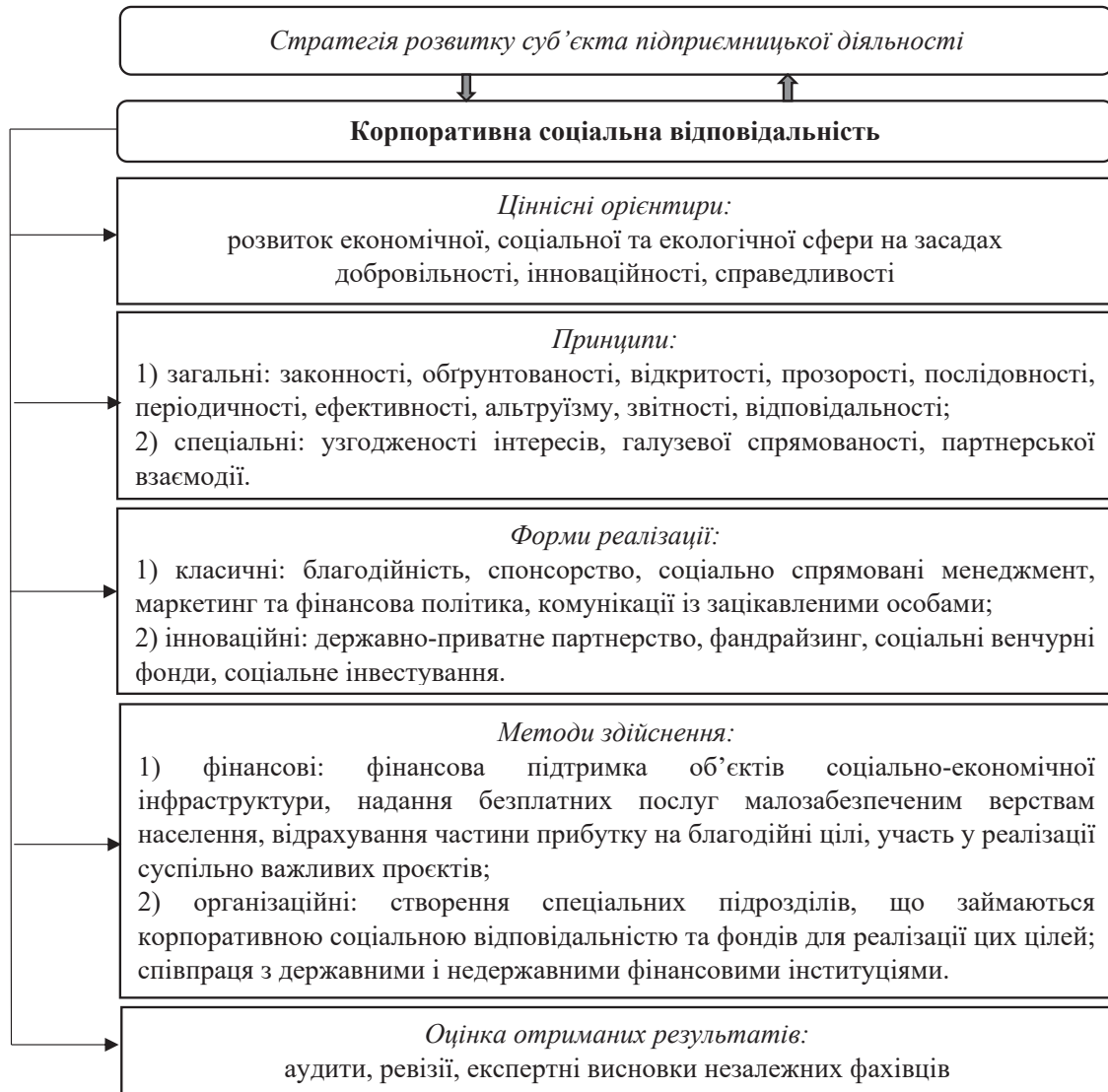


Рис. 1. Компоненти реалізації корпоративної соціальної відповідальності в системі стратегії розвитку суб'єкта підприємницької діяльності

Джерело: складено авторами на основі джерел [23, с. 19; 24, с. 242]

Висновки з проведеного дослідження. В умовах циклічного виникнення кризових явищ добробут громадян залежить від налагодженості партнерських відносин держави та бізнесу. Така співпраця дає змогу залучати в діяльність органів влади додаткові ресурси, а також використовувати приватну підприємницьку ініціативу для досягнення цілей державної фінансової політики.

Питання стосовно поширення корпоративної соціальної відповідальності почали викликати науковий інтерес серед вітчизняних і зарубіжних вчених. Сьогодні існує багато праць, у яких описуються теоретичні засади розвитку соціальних зобов'язань бізнесу. Зважаючи на це, з'ясовано, що під корпоративною соціальною відповідальністю варто розуміти взяття суб'єктом підприємницької діяльності зобов'язань щодо вирішення екологічних і соціальних проблем органів

державної влади чи місцевого самоврядування на добровільній основі.

На нашу думку, окреслення орієнтирів реалізації корпоративної соціальної відповідальності дасть змогу бізнес-структурам чіткіше формувати стратегічні напрями діяльності, приймати рішення щодо реалізації соціальних програм, оцінювати вплив ризиків на досягнення намічених цілей. Вважаємо, що пріоритетними сферами співпраці між органами влади та суб'єктами підприємницької діяльності мають бути галузі соціальної сфери, що забезпечують потреби суспільства в якісних освітніх, оздоровчих, культурних послугах, високотехнологічній екологічно чистій продукції, створенні нових робочих місць тощо. Це дасть змогу забезпечити добробут населення та підвищити рівень життя населення.



Рис. 2. Пріоритетні сфери співпраці органів влади і суб'єктів підприємницької діяльності

Джерело: складено авторами на основі джерел [25, с. 138; 26, с. 121]

Список використаних джерел:

1. Антощенкова В.В., Дейнега М.В. Історико-теоретичні аспекти корпоративної соціальної відповідальності. *Вчені записки: збірник наукових праць*. 2023. Вип. 30. С. 6–14.
2. Іршак О., Коломєць О., Черепанин А. Види корпоративної соціальної відповідальності в контексті досягнення Цілей сталого розвитку. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 59. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3379> (дата звернення: 02.07.2024).
3. Сова О.Ю., Кузнецов В.Д. Еволюція системи корпоративної соціальної відповідальності. *Бізнес-навігатор*. 2024. Вип. 2 (75). С. 149–153.
4. Davis K. Can Business Afford to Ignore Corporate Social Responsibilities? *California Management Review*. 1960. № 2. P. 70–76.
5. Friedman M. He Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. 1970. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-70818-6_14 (дата звернення: 02.07.2024).
6. Bowen Howard R. Social Responsibilities of the Businessman. N.Y. : Harper & Row, 1953. 298 p.
7. Букреева Д.С., Денисенко К.В. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1316/1271> (дата звернення: 25.06.2024).
8. Wood Donna J. Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*. 1991. Vol. 16. № 4. P. 691–718.
9. Carroll A.B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*. 1979. Vol. 4. P. 497–505.
10. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність і проблеми її сприймання суспільством. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2013. Вип. 2 (6). С. 6–14.
11. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Пер. з англ. С. Яринич. Київ : Стандарт, 2005. 302 с.
12. Лебедев І.В. Корпоративна соціальна відповідальність як передумова сталого розвитку. *Вісник Донецького університету. Серія: Економіка і право*. 2011. № 2. С. 113–118.

13. Ляшок Я.О. Проблеми розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 10. С. 271–274.
14. Маліновська О.Я. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: етапи становлення. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України*. 2008. Вип. 18.6. С. 200–204.
15. Mallen B. Corporate social responsibility – What does it mean? First published 8 June 2004. URL: <http://www.mallenbaker.net/csr/definition.php> (дата звернення: 28.06.2024).
16. Freeman R. Edward, Ramakrishna Velamuri S., Moriarty B. Corporate Stakeholder Responsibility: A New Approach to CSR. Business Roundtable Institute for Corporate Ethics, 2006. 77 p.
17. Hopkins M. Definition of Corporate Social Responsibility. URL: <http://mhcinternational.com/articles/definition-of-csr> (дата звернення: 03.07.2024).
18. Зибарева О.В., Вербівська Л.В. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті сталого розвитку підприємства. *Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. 2017. Вип. IV (68). С. 20–35.
19. Зінченко О.І., Хімченко А.М. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку. *Бізнес-інформ*. 2013. № 4. С. 281–286.
20. Smith A. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. University of Chicago Press; UK ed. edition, 1977. 1152 p.
21. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.
22. Hart S.L. A Natural-Resource-Based View of the Firm. *Academy of Management Review*. 1995. № 20 (4). P. 986–1012.
23. Мостепанюк А.В. Сутність, принципи та методи реалізації корпоративної соціальної відповідальності в сучасній ринковій економіці. *Бізнес Інформ*. 2019. № 11. С. 13–22.
24. Попадюк О.В., Лучик О.І. Принципи та механізм соціальної відповідальності в умовах стратегічного управління підприємством. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 36. С. 235–246.
25. Петришина Н.В. Пріоритетні галузі економіки України: стан та перспективи розвитку. *Економіка і право*. 2015. Вип. 27. С. 136–145.
26. Пігуль Н.Г. Соціальна інфраструктура: функціональне призначення та особливості розвитку. *Економічний аналіз: збірник наукових праць*. 2014. Т. 16. № 1. С. 117–122.
27. Павлюк К.В., Павлюк С.М. Сутність і роль державно-приватного партнерства в соціально-економічному розвитку держави. *Наукові праці КНТУ. Економічні науки*. 2010. Вип. 17. С. 10–19.

References:

1. Antoshhenkova V. V., Dejnegha M. V. (2023) Istoryko-teoretychni aspekty korporatyvnoji socialjnoji vidpovidalnosti [Historical and theoretical aspects of corporate social responsibility]. *Scientific Notes: a Collection of Scientific Papers*, vol. 30, pp. 6–14. (in Ukrainian)
2. Irshak O., Kolomijecij O., Cherepanyn A. (2024) Vydy korporatyvnoji socialjnoji vidpovidalnosti v konteksti dosjaghnennja Cilej stalogho rozvytku [Types of corporate social responsibility in the context of achieving the Sustainable Development Goals]. *Economy and Society*, vol. 59. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3379> (accessed July 2, 2024). (in Ukrainian)
3. Sovo O. Ju., Kuznjecov V. D. (2024) Evoljucija systemy korporatyvnoji socialjnoji vidpovidalnosti [Evolution of the system of corporate social responsibility]. *Business Navigator*, vol. 2 (75), pp. 149–153. (in Ukrainian)
4. Davis K. (1960) Can Business Afford to Ignore Corporate Social Responsibilities? *California Management Review*, no. 2, pp. 70–76.
5. Friedman M. (1970) He Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. Available at: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-70818-6_14 (accessed July 2, 2024).
6. Bowen Howard R. (1953) Social Responsibilities of the Businessman. N.Y.: Harper & Row.
7. Bukrejeva D. S., Denysenko K. V. (2022) Socialjna vidpovidalnistj biznesu jak osnova zabezpechennja dilovoji aktyvnosti pidpryjemstv: jevointegracijnyj aspect [Social responsibility of business as a basis for ensuring the business activity of enterprises: European integration aspect]. *Economy and Society*, no. 38. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1316/1271> (accessed June 25, 2024). (in Ukrainian)
8. Wood Donna J. (1991) Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, vol. 16, no. 4, pp. 691–718.
9. Carroll A. B. (1979) A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, vol. 4, pp. 497–505.
10. Kolot A. M. (2013) Korporatyvna socialjna vidpovidalnistj i problemy jiji spryjmannja suspiljstvom [Corporate social responsibility and problems of its perception by society]. *Social Labor Relations: Theory and Practice*, vol. 2 (6), pp. 6–14. (in Ukrainian)
11. Kotler F., Li N. (2005) Korporatyvna socialjna vidpovidalnistj. Jak zrobyty jakomogha biljshe dobra dlja vashoji kompaniji ta suspiljstva [Corporate social responsibility. How to do as much good as possible for your company and society] / Per. z anghl. S. Jarynych. Kyiv: Standart. (in Ukrainian)
12. Lebedjev I. V. (2011) Korporatyvna socialjna vidpovidalnistj jak peredumova stalogho rozvytku [Corporate social responsibility as a prerequisite for sustainable development]. *Bulletin of Donetsk University. Series: Economy and law*, no. 2, pp. 113–118. (in Ukrainian)
13. Ljashok Ja. O. (2016) Problemy rozvytku socialjnoji vidpovidalnosti biznesu v Ukraini [Problems of the development of social responsibility of business in Ukraine]. *Black Sea Economic Studies*, vol. 10, pp. 271–274. (in Ukrainian)
14. Malinovs'jka O. Ja. (2008) Socialjna vidpovidalnistj biznesu v Ukraini: etapy stanovlennja [Social responsibility of business in Ukraine: stages of formation]. *Scientific Bulletin of the National Forestry University of Ukraine*, vol. 18.6, pp. 200–204. (in Ukrainian)
15. Mallen B. (2004) Corporate social responsibility – What does it mean? Available at: <http://www.mallenbaker.net/csr/definition.php> (accessed June 28, 2024).
16. Freeman R. Edward, Ramakrishna Velamuri S., Moriarty B. (2006) Corporate Stakeholder Responsibility: A New Approach to CSR. Business Roundtable Institute for Corporate Ethics.
17. Hopkins M. Definition of Corporate Social Responsibility. Available at: <http://mhcinternational.com/articles/definition-of-csr> (accessed July 3, 2024).
18. Zybарева O. V., Verbiv's'jka L. V. (2017) Korporatyvna socialjna vidpovidalnistj v konteksti stalogho rozvytku pidpryjemnyctva [Corporate social responsibility in the context of sustainable development of entrepreneurship]. *Scientific Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute of KNTU*, vol. IV (68), pp. 20–35. (in Ukrainian)
19. Zinchenko O. I., Khimchenko A. M. (2013) Korporatyvna socialjna vidpovidalnistj v Ukraini: suchasni realiji ta perspektyvy rozvytku [Corporate social responsibility in Ukraine: modern realities and development prospects]. *Business Inform*, no. 4, pp. 281–286. (in Ukrainian)

20. Smith A. (1977) *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. University of Chicago Press; UK ed. edition.
21. Okhrimenko O. O., Ivanova T. V. (2015) Socialjna vidpovidalnistj: navch. posib. [Social responsibility: a study guide]. National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute». (in Ukrainian)
22. Hart S. L. (1995) A Natural-Resource-Based View of the Firm. *Academy of Management Review*, no. 20 (4), pp. 986–1012.
23. Mostepanjuk A. V. (2019) Sutnistj, pryncypy ta metody realizaciji korporatyvnoji socialjnoji vidpovidalnosti v suchasnij rynkovij ekonomici [The essence, principles and methods of implementing corporate social responsibility in the modern market economy]. *Business Inform*, no 11, pp. 13–22. (in Ukrainian)
24. Popadjuk O. V., Luchyk O. I. (2019) Pryncypy ta mekhanizm socialjnoji vidpovidalnosti v umovakh strategichnogho upravlinnja pidpryjemstvom [Principles and mechanism of social responsibility in terms of strategic enterprise management]. *Market Infrastructure*, vol. 36, pp. 235–246. (in Ukrainian)
25. Petryshyna N. V. (2015) Priorytetni ghaluzi ekonomiky Ukrajiny: stan ta perspektyvy rozvytku [Priority sectors of the economy of Ukraine: state and development prospects]. *Economy and Law*, vol. 27, pp. 136–145. (in Ukrainian)
26. Pighulj N. Gh. (2014) Socialjna infrastruktura: funkcionaljne pryznachennja ta osoblyvosti rozvytku [Social infrastructure: functional purpose and features of development]. *Economic Analysis: Collection of Scientific Papers*, vol. 16, no. 1, pp. 117–122. (in Ukrainian)
27. Pavljuk K. V., Pavljuk S. M. (2010) Sutnistj i rolj derzhavno-pryvatnogho partnerstva v socialjno-ekonomichnomu rozvytku derzhavy [The essence and role of public-private partnership in the socio-economic development of the state]. *Scientific Works of KNTU. Economic Sciences*, vol. 17, pp. 10–19. (in Ukrainian)

Shuliuk Bohdana

Petrushka Olena

West Ukrainian National University

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONTEXT OF IMPLEMENTING THE PRIORITIES OF THE STATE FINANCIAL POLICY

Summary

The author substantiates the expediency of intensifying partnerships between public authorities (local self-government) and business entities to improve financing of infrastructure facilities. The article highlights the interpretation of the concept of «corporate social responsibility» by Ukrainian and foreign scholars, which made it possible to formulate the author's own interpretation of this concept as a commitment by business to address environmental and social problems of public authorities or local self-government on a voluntary basis. The article generalizes conceptual approaches to disclosing the content of the above definition, in particular, from the standpoint of instrumental, political, integrative, ethical and stakeholder approaches. It is found that the instrumental approach considers corporate social responsibility as a means of making a profit by an enterprise. The political approach is based on the allocation of corporate citizenship and corporate constitutionalism. The integrative approach considers the need to include social needs in the circle of business interests. The ethical approach focuses on ethical issues that affect the relationship between business and the state and society. According to the stakeholder approach, the main goal of an entrepreneur – profit maximization – cannot be fully achieved without taking into account the interests of stakeholders. The article presents the main components of corporate social responsibility implementation, which include values, principles, forms, methods and evaluation of the results obtained. The author identifies the priority areas of cooperation between the state and business, in particular those that meet the needs of society for quality educational, health and cultural services, high-tech environmentally friendly products, and the creation of new jobs. It is argued that in the context of a constant shortage of budget funds, the synergy of cooperation with business will contribute to the welfare of the population, improve the environment and create favorable conditions for the development of entrepreneurship.

Keywords: public authorities, local governments, business entities, corporate social responsibility, state financial policy, priority areas of activity.