

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВНУТРІШНІХ СПРАВ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ, ПСИХОЛОГІЇ
ТА БЕЗПЕКИ**

Кафедра менеджменту та економічної безпеки

**УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

**кваліфікаційна робота
здобувача вищої освіти
4 курсу заочної форми навчання
Андрія ГРЕЧАНІВСЬКОГО**

**Науковий керівник:
доцент, кандидат технічних наук
Галина ЛЕСЬКІВ**

**Рецензент:
доцент, кандидат економічних наук
Оксана СВАТЮК**

**Кваліфікаційна робота допущена до захисту
«___» _____ 2025 р., протокол №___**

**Завідувач кафедри менеджменту та економічної безпеки
_____ Марта КОПИТКО**

Львів

2025

АНОТАЦІЯ

ГРЕЧАНІВСЬКИЙ А. Управління корпоративною соціальною відповідальністю на підприємстві. – Рукопис.

Дослідження на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 073 «Менеджмент». – Львівський державний університет внутрішніх справ, МВС України, Львів, 2025.

У першому розділі кваліфікаційної роботи досліджено теоретико-методичні основи корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві. У другому розділі досліджено формування корпоративної відповідальності на ТОВ «БУХДОКС».

Ключові слова: менеджмент, корпоративна соціальна відповідальність, працівник, організація, розвиток.

ABSTRACT

GRECHANIVSKY A. Corporate social responsibility management at the enterprise. - Manuscript.

Research for obtaining a bachelor's degree in the specialty 073 «Management». – Lviv State University of Internal Affairs, Ministry of Internal Affairs of Ukraine, Lviv, 2025.

The first section of the qualification work examines the theoretical and methodological foundations of corporate social responsibility at the enterprise. The second section examines the formation of corporate responsibility at BUHDOKS LLC.

Keywords: management, corporate social responsibility, employee, organization, development.

.

.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1.....	7
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	7
1.1 Теоретичні засади поняття та змісту корпоративної соціальної відповідальності	7
1.2 Історія та розвиток концепції корпоративної соціальної відповідальності	12
1.3 Теоретичні підходи до соціальної відповідальності бізнесу	18
Висновки до першого розділу	22
РОЗДІЛ 2.....	24
ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТОВ «БУХДОКС» В СУЧАСНИХ УМОВАХ	24
2.1. Організаційна характеристика ТОВ «БУХДОКС».....	24
2.2. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства	28
2.3. Аналіз соціальної відповідальності ТОВ «БУХДОКС».....	35
2.4. Напрями розвитку соціальної відповідальності ТОВ «БУХДОКС»	38
Висновки до другого розділу	41
ВИСНОВКИ	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	45

ВСТУП

Обґрунтування актуальності теми дослідження. Корпоративна соціальна відповідальність (СКВ), або соціальна відповідальність бізнесу, є важливим аспектом сучасної підприємницької діяльності. Вона передбачає, що компанії повинні не лише прагнути до прибутковості, але й враховувати соціальні, екологічні та етичні наслідки своєї роботи, сприяючи добробуту суспільства та захисту довкілля.

Останні десятиліття показали, що СКВ стає ключовою складовою бізнес-стратегій багатьох компаній у світі. Це пов'язано зі зростанням усвідомлення глобальних викликів, таких як зміна клімату, соціальна нерівність та бідність, а також із необхідністю їх вирішення через спільні ініціативи бізнесу та суспільства.

У цьому дослідженні буде розглянуто поняття, історичний розвиток, сутність та значення корпоративної соціальної відповідальності для бізнесу та суспільства. Окрім того, буде проаналізовано теоретичні підходи, способи впровадження та основні труднощі, що виникають у цій сфері.

Також буде висвітлено перспективи розвитку корпоративної соціальної відповідальності та її вплив на майбутнє підприємництва і соціального середовища. Ця тема є не лише актуальною, але й надзвичайно важливою для сталого розвитку бізнесу та побудови відповідального суспільства. Сподіваємося, що дане дослідження допоможе краще зрозуміти концепцію СКВ та її практичне застосування.

Питання соціальної корпоративної відповідальності (СКВ) залишається надзвичайно актуальним і важливим у сучасному світі, привертаючи увагу вчених та дослідників із різних наукових сфер. Ця тема сприяє міждисциплінарному підходу та стимулює появу численних досліджень, що формують як теоретичні, так і практичні засади СКВ.

Аналіз останніх досліджень за тематикою проблеми. Серед науковців, які зробили значний внесок у розвиток корпоративної соціальної

відповідальності, можна відзначити Carroll A. [33-34] та Licandro O. [40-42], Їхні роботи відіграють важливу роль у формуванні наукового дискурсу та практичних підходів до реалізації СКВ, сприяючи її подальшому розвитку.

В Україні також спостерігається значний інтерес до корпоративної соціальної відповідальності, і вітчизняні науковці адаптують світові концепції КСВ до локального контексту. Серед українських дослідників, які активно працюють у цій сфері, варто згадати Боднарчук О.В. [4], Грішнова О.А., Міщук Г.Ю., Олійник О.О. [7], Желдак Г.Е. [11], Малахова Ю.А., Мироненко Д.А. [19], Харчук В.Ю., Чернобай Л.І., Рябічина Ю.С. [24]. Їхні дослідження сприяють поширенню знань, підвищенню обізнаності та розробці практичних рекомендацій для підприємств і організацій у сфері СКВ.

Метою кваліфікаційного дослідження є розвиток теоретичних дискусій щодо оптимального визначення корпоративної соціальної відповідальності (СКВ) та її ролі в управлінні сучасними підприємствами, а також розробка практичних рекомендацій для вдосконалення механізмів управління СКВ на основі наукових підходів.

Відповідно до поставленої мети, дослідження передбачає вирішення таких ключових **завдань**:

- аналіз поняття, сутності та специфіки корпоративної соціальної відповідальності;
- вивчення концепцій КСВ, включаючи їхню історичну еволюцію та основні визначення;
- оцінка впливу СКВ на діяльність підприємств, зокрема взаємозв'язок між впровадженням СКВ та фінансовими результатами компаній;
- аналіз законодавчого регулювання, пов'язаного з СКВ, та його впливу на корпоративне управління;
- оцінка впровадження СКВ на прикладі компанії «БУХДОКС», зокрема її програм, проєктів та отриманих результатів;
- розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення СКВ - стратегії досліджуваного підприємства.

Об'єктом дослідження виступає компанія «БУХДОКС», а **предметом** – процес управління корпоративною соціальною відповідальністю.

Перелік методів дослідження. У процесі підготовки кваліфікаційної роботи були застосовані загальнонаукові теоретичні та емпіричні методи дослідження. Зокрема, проведено аналіз і узагальнення наукової літератури з обраної теми, використано методи спостереження, порівняння, аналітичний підхід, а також методи групування та узагальнення даних.

Інформація про практичне значення роботи, апробацію результатів дослідження (їх впровадження на підприємстві чи організації, участь у науково-практичних конференціях, публікації). Основні положення та практичні результати роботи доповідалися автором і були підтверджені на XII Міжнародній науково-практичній конференції «Економічна безпека держави та суб'єктів підприємницької діяльності в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота включає вступ, два розділи та список використаних джерел.

Обсяг роботи – 49 сторінок, включаючи 4 рисунки та 5 таблиць. Список використаних джерел містить 44 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

1.1 Теоретичні засади поняття та змісту корпоративної соціальної відповідальності

В умовах зростаючої конкуренції на ринку сучасні підприємства дедалі більше усвідомлюють необхідність інтеграції соціально відповідального підходу до управління. Сучасний бізнес повинен не лише орієнтуватися на отримання прибутку, а й враховувати свій вплив на суспільство та навколишнє середовище.

Корпоративна соціальна відповідальність (СКВ), або соціальна відповідальність бізнесу, охоплює широкий спектр заходів і стратегій, спрямованих на сталий розвиток та розв'язання актуальних соціальних проблем. Вона ґрунтується на розумінні того, що підприємства мають відповідальність перед різними групами зацікавлених сторін (стейкхолдерами), серед яких споживачі, працівники, інвестори, громада, бізнес-партнери та природне середовище.

СКВ передбачає дотримання етичних принципів, забезпечення прав людини, впровадження екологічно безпечних технологій та управління соціальними наслідками господарської діяльності, сприяючи загальному добробуту суспільства.

Таким чином, ключові складові корпоративної соціальної відповідальності охоплюють такі аспекти:

- соціальна відповідальність – створення справедливих умов праці, забезпечення рівних можливостей та дотримання прав працівників;
- відповідальність перед споживачами – виробництво безпечних, якісних товарів і послуг, що відповідають потребам споживачів;

- взаємодія з громадою – підтримка місцевих спільнот через благодійні проєкти, спонсорство та соціальні ініціативи.
- екологічна відповідальність – мінімізація негативного впливу на довкілля та впровадження принципів сталого використання природних ресурсів.
- економічна відповідальність – забезпечення фінансової стабільності компанії, створення нових робочих місць та сприяння економічному розвитку.

Зростаючий інтерес до цієї теми серед бізнес-спільноти пояснюється тим, що відповідальне ведення діяльності сприяє покращенню репутації, підвищенню конкурентоспроможності та формуванню сталих і ефективних бізнес-моделей.

У розвинених країнах корпоративна соціальна відповідальність (СКВ) вже стала невід’ємною частиною бізнес-стратегії, і цей тренд набуває популярності в усьому світі. У цьому дослідженні розглядаються різні аспекти СКВ, включаючи її історичний розвиток, методи впровадження, практичні підходи, а також вплив на бізнес і суспільство.

Єдиного загальноприйнятого визначення корпоративної соціальної відповідальності не існує, що пояснюється не лише відносною новизною цього поняття в сучасному управлінні, а й його багатогранністю та різними підходами до реалізації.

Аналіз наукових джерел дозволив виокремити основні підходи до розуміння СКВ:

- корпоративна соціальна відповідальність – це концепція, що передбачає зобов’язання компаній перед суспільством та довкіллям, які виходять за межі їхньої основної діяльності, з метою сприяння сталому розвитку та позитивного соціально-екологічного впливу.
- соціальна відповідальність бізнесу – це підхід, який визнає, що підприємства та корпорації мають не лише фінансові цілі, а й соціальні та екологічні зобов’язання перед суспільством.

- корпоративна соціальна відповідальність (СКВ) передбачає, що компанії повинні враховувати вплив своєї діяльності на всіх зацікавлених сторін, зокрема співробітників, клієнтів, постачальників, громадські організації, природне середовище та суспільство в цілому.

СКВ охоплює добровільні ініціативи та заходи, спрямовані на покращення якості життя спільнот, зменшення екологічного впливу, підтримку соціальної рівності, розвиток освіти та культури, благодійність і спонсорство, а також інші зусилля, спрямовані на досягнення сталого розвитку та задоволення суспільних потреб.

Основні принципи корпоративної соціальної відповідальності включають:

- відповідальність перед споживачами: гарантування якості продукції та послуг, прозоре інформування про їхні переваги й можливі ризики.

- турбота про співробітників: забезпечення безпечних і комфортних умов праці, дотримання справедливих норм оплати, сприяння професійному розвитку та врахування потреб персоналу.

- взаємодія з громадою: участь у соціальних ініціативах, підтримка інфраструктурних проєктів, розвиток освітніх програм та благодійність.

- екологічна відповідальність: дотримання екологічних стандартів, впровадження екологічно чистих технологій, зниження негативного впливу на довкілля.

- глобальні ініціативи: участь у міжнародних програмах, таких як Цілі сталого розвитку ООН (SDGs), для боротьби з глобальними викликами, зокрема бідністю, змінами клімату та соціальною нерівністю.

Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність охоплює широкий спектр дій і стратегій, які сприяють гармонійному розвитку бізнесу, суспільства та навколишнього середовища.

Основними характеристиками корпоративної соціальної відповідальності, на нашу думку, є такі:

1. Сталий розвиток і довгострокова орієнтація: СКВ передбачає не короткострокові маркетингові заходи, а системні рішення, спрямовані на сталий розвиток та вирішення соціальних і екологічних питань у довгостроковій перспективі.
2. Етичні принципи та ділова культура: Відповідальний бізнес ґрунтується на дотриманні високих етичних стандартів, прозорості у веденні справ та відмові від корупційних чи антиконкурентних практик.
3. Розвиток громад: Підприємства активно взаємодіють із місцевими спільнотами, підтримують культурні, освітні та соціальні ініціативи, спрямовані на покращення якості життя населення.
4. Моніторинг та звітність: Важливим аспектом є оцінка ефективності СКВ -ініціатив, аналіз їхнього впливу та оприлюднення звітів про досягнення та виклики, що забезпечує прозорість та відповідальність компанії.
5. Екологічна відповідальність: Бізнес повинен впроваджувати заходи для зменшення шкідливого впливу на довкілля, оптимізувати використання природних ресурсів, зменшувати рівень забруднення та підтримувати екологічні ініціативи.
6. Професійний розвиток співробітників: Підприємства зобов'язані створювати умови для навчання та кар'єрного зростання працівників, підтримувати їхній добробут і забезпечувати баланс між роботою та особистим життям.
7. Глобальна відповідальність: Багато компаній долучаються до міжнародних ініціатив, таких як Цілі сталого розвитку ООН (SDGs), сприяючи вирішенню світових проблем, зокрема зміни клімату, соціальної нерівності та бідності.
8. Раціональне використання ресурсів: CSR-стратегія має враховувати наявні ресурси підприємства, щоб забезпечити ефективне та реалістичне впровадження відповідальних практик.

9. Корпоративна соціальна відповідальність виходить за межі суто фінансових інтересів компанії, спрямовуючи бізнес на створення соціально відповідальних, стійких та екологічно свідомих організацій, які приносять користь не лише власникам, а й суспільству в цілому.



Рис. 1.1. Зміст корпоративної соціальної відповідальності [14]

Корпоративна соціальна відповідальність (СКВ) – це стратегічний підхід до ведення бізнесу, за якого компанії усвідомлюють та беруть на себе

відповідальність за вплив своєї діяльності на суспільство та довкілля. Основні аспекти та особливості СКВ охоплюють взаємодію підприємств із зовнішнім середовищем і включають такі ключові складові:

Більш детально структура та вплив корпоративної соціальної відповідальності представлені на рис. 1.1.

Основна концепція соціальної відповідальності бізнесу полягає у досягненні гармонійного балансу між отриманням прибутку та врахуванням впливу компанії на суспільство й довкілля. Підприємства, які прагнуть дотримуватися принципів соціальної відповідальності, активно реагують на виклики, пов'язані з етикою, сталим розвитком, корпоративними цінностями та механізмами внутрішнього контролю.

Впровадження корпоративної соціальної відповідальності сприяє зміцненню репутації компанії, підвищенню її конкурентоспроможності та залученню більшої кількості клієнтів. Сучасні споживачі дедалі частіше очікують від бізнесу відповідального підходу до соціальних та екологічних питань, що робить CSR важливим фактором успіху як на локальному, так і на міжнародному рівні.

1.2 Історія та розвиток концепції корпоративної соціальної відповідальності

Формування ідеї соціальної відповідальності бізнесу має відносно недавню історію, яка свідчить про її поступову еволюцію та інтеграцію у сучасні бізнес-процеси. З плином часу ця концепція зазнавала змін і трансформацій, стаючи невід'ємною складовою діяльності підприємств.

У 1957 році під час 19-ї щорічної зустрічі Нью-Йоркського інституту страхування життя президент організації Холгар Джонсон зазначив, що однією з найважливіших змін для корпорацій того періоду стало усвідомлення «нової ролі корпоративного громадянства», яка передбачає визнання

компаніями своєї соціальної та економічної відповідальності перед суспільством [39].

Ці слова стали важливою віхою в обговоренні соціальної відповідальності у бізнес-середовищі. Водночас у науковій сфері ця тема почала досліджуватися ще раніше. Зокрема, у 1953 році Говард Боуен видав книгу «Соціальна відповідальність бізнесмена» [31], яка вважається першою академічною працею, присвяченою цьому питанню.

У цей період було запроваджено термін «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ), що викликало активні дискусії щодо його сутності та меж. Тема привернула увагу науковців різних галузей, зокрема економіки, менеджменту та етики.

Мілтон Фрідман критикував КСВ, стверджуючи, що головною метою бізнесу є максимізація прибутку [37]. Водночас Кейт Девіс зазначав, що соціальні зміни вимагатимуть нових підходів до відповідальності компаній [36].

Через десятиліття після праці Боуена КСВ залишається актуальним напрямом, хоча його часто ототожнюють з іншими концепціями, такими як ESG, корпоративне громадянство та сталий розвиток [31].

Сьогодні в корпоративному середовищі популярною є заміна КСВ на концепцію стійкості, яку Керролл [33] вважає розпливчастою та ідеологізованою. Водночас відсутній консенсус щодо визначення та обґрунтування КСВ.

Хоча узгоджене розуміння КСВ є важливим, у XXI столітті дискусія фактично припинилася. Це частково пояснюється зміщенням уваги на емпіричні дослідження, що заважає розвитку теоретичних основ [34]. Як наслідок, якість емпіричних досліджень КСВ залишається під питанням.

Керівники трактують КСВ по-різному: одні пов'язують її з етичним управлінням, інші – з відповідальністю перед зацікавленими сторонами, а дехто прирівнює до сталого розвитку. Це розмаїття підходів ускладнює оцінку

соціальної ефективності компаній і знижує достовірність рейтингів соціально відповідального бізнесу.

Хоча в XX столітті велися активні дискусії щодо природи КСВ, у XXI столітті вони майже припинилися. Як зазначають Агініс і Главас [30], література з КСВ залишається розрізненою через різні дисциплінарні підходи до її вивчення.

Більшість досліджень з КСВ не мають чіткої теоретичної основи та лише цитують визначення інших авторів без критичного аналізу. Деякі статті навіть використовують однакові показники для різних трактувань КСВ.

Лише небагато дослідників систематизували визначення цього поняття. За Ядлапаллі [44], огляди КСВ поділяються на два типи: бібліометричні аналізи, що визначають ключові параметри концепції, та дослідження, які класифікують її визначення за історичними чи тематичними критеріями.

Однією з найцитованіших статей у цій сфері є дослідження Далсруда, який зазначає, що як у корпоративному, так і в академічному середовищі існує невизначеність щодо визначення КСВ [35]. Він ідентифікує п'ять вимірів КСВ на основі бібліографічного аналізу: екологічний, соціальний, економічний, стейкхолдерський та добровільний. Однак ці категорії радше описують аспекти КСВ, ніж дають чітке визначення.

Джеймс, проаналізувавши 557 статей (2001–2011), також виділив схожі п'ять вимірів [38]. Таким чином, для узгодженого визначення КСВ необхідно досягти згоди щодо ключових питань, що дозволить сформулювати єдине визначення цього поняття.

Якщо розглядати КСВ як поведінкову характеристику компаній, її можна трактувати з точки зору етики, політології, соціології чи менеджменту. У цьому контексті КСВ може бути моральним обов'язком (етика), наслідком влади бізнесу в суспільстві (політологія), формою взаємодії з акторами (соціологія) або інструментом для досягнення результатів (менеджмент).

Більшість визначень КСВ не уточнюють цей аспект, але критичний аналіз показує, що вона здебільшого розглядається як поведінковий атрибут.

Це, своєю чергою, веде до суперечності між нормативними підходами (що компанія має робити) та інструментальними (що їй вигідно робити).

Оскільки КСВ може сприйматися як внутрішній обов'язок, зовнішня вимога або інструментальна стратегія, досягти єдиного визначення цього поняття практично неможливо.

Якщо КСВ розглядати як філософію управління, то виникає можливість для формулювання концептуальних угод. Такий підхід дозволяє вивести проблему за межі етики та соціальних наук, зосереджуючи її виключно на сфері управління.

Згідно з цією концепцією, КСВ є однією з багатьох філософій управління, яку компанії обирають добровільно. Вона відрізняється від інших філософій управління, таких як максимізація прибутку, корпоративне громадянство, теорія зацікавлених сторін, бізнес-етика чи теорія спільної цінності. Отже, доцільно розглядати КСВ не як поведінковий атрибут, а саме як філософію управління.

Що стосується особливостей цієї філософії, то з моменту появи КСВ у 1950-х роках були запропоновані принаймні чотири можливі основи для її визначення. Зокрема, КСВ може бути:

- як корпоративне громадянство, коли компанія бере участь у вирішенні проблем спільноти, в якій працює;
- як бізнес-етика, що вимагає прийняття рішень на основі етичних критеріїв;
- як частина управління зацікавленими сторонами, що враховує потреби та запити стейкхолдерів;
- як управління зовнішніми ефектами, спрямоване на мінімізацію негативних наслідків та створення позитивних ефектів для зацікавлених сторін, суспільства та навколишнього середовища.

Перший спосіб визначення КСВ не є найкращим для охоплення цього явища. Визначення КСВ через етичні критерії та врахування потреб

зацікавлених сторін мають спільне використання етики, але не можуть підрахувати всі інші аспекти КСВ.

Натомість четвертий підхід охоплює всі інші. Він включає:

- внесок у вирішення проблем громади як позитивний зовнішній ефект;
- врахування потреб зацікавлених сторін, мінімізацію негативних і створення позитивних зовнішніх ефектів;
- прийняття рішень на основі етики як частину відповідального управління зовнішніми ефектами;
- мінімізація негативних ефектів і створення позитивних є етичним підходом, спрямованим на допомогу іншим.

Ідея визначення КСВ через управління зовнішніми ефектами з'явилася ще в 1960-х роках, але значно розвинулася на початку 21-го століття, коли була закріплена у стандарті ISO 26000. Цей стандарт визначає соціальну відповідальність як «відповідальність організації за вплив її рішень і діяльності на суспільство та навколишнє середовище».

У цьому контексті термін «суспільство» охоплює всі зацікавлені сторони організації та суспільство загалом. Хоча Посібник ISO 26000 не визначає природу КСВ (як поведінку, інструмент чи філософію управління), він підкреслює важливість зв'язку КСВ з управлінням, зокрема через принципи (підзвітність, прозорість) і рекомендації щодо інтеграції соціальної відповідальності в організацію.

З цього можна зробити висновок, що КСВ найкраще розглядати як філософію управління, яка акцентує на відповідальному управлінні зовнішніми ефектами діяльності компанії: мінімізації негативних і створенні позитивних ефектів. Це визначення не вимагає повного усунення негативних ефектів, але вказує на напрямок, якого повинні дотримуватися керівники компаній.

Також, це визначення КСВ як філософії управління дозволяє розвивати нові форми бізнесу, такі як соціальні корпорації та компанії, що дотримуються

принципів Економіки для спільного блага. Всі ці форми є практичними проявами філософії КСВ, заснованої на відповідальному управлінні зовнішніми ефектами.

Таблиця 1.1

Історія та еволюція поняття корпоративної соціальної відповідальності
[14]

Період	Зміст
1	2
Ранній початок (19 ст.)	Поняття соціальної відповідальності виникло серед підприємців і філантропів, які створювали школи та лікарні для покращення умов життя працівників.
Початок 20 століття	Хоча термін СКВ не існував, великі підприємства почали поліпшувати умови праці та соціальну інфраструктуру для своїх працівників.
Розквіт концепції (20 ст.)	СКВ набуло поширення, особливо після Другої світової війни, із фокусом на соціальні та екологічні ініціативи.
Доба активізму (1960-1970-ті)	Соціальні рухи посилили увагу до СКВ, виникла концепція «трихпринципової прибутковості» (прибуток, планета, люди).
Міжнародні стандарти (1980-1990-ті)	Створено перші міжнародні стандарти СКВ, зокрема GRI для звітності компаній. Більше уваги стало приділятися сталому розвитку.
Початок 21 століття	СКВ стало важливою частиною бізнес-стратегій глобальних корпорацій, а також з'явилися ініціативи, як Цілі сталого розвитку ООН.
21 століття	СКВ стало конкурентною перевагою, і компанії активно впроваджують соціальні та екологічні стандарти, орієнтуючись на Цілі сталого розвитку

Продовження таблиці 1.1	
1	2
Зростаючий глобалізм	СКВ стала глобальним явищем, охоплюючи питання кліматичних змін, бідності та нерівності.
Сучасність	СКВ є важливим елементом бізнесу, де компанії повинні балансувати між прибутковістю та відповідальністю перед суспільством і природою.

Еволюція поняття корпоративної соціальної відповідальності демонструє, як соціальна відповідальність бізнесу стала невід'ємною частиною сучасного бізнесу та глобальної спільноти. Компанії усвідомлюють важливість балансу між досягненням фінансових цілей та виконанням соціальних і екологічних обов'язків перед суспільством. Розвиток цієї концепції свідчить про зростання розуміння необхідності сталого розвитку та відповідального підходу до впливу бізнесу на суспільство і навколишнє середовище.

1.3 Теоретичні підходи до соціальної відповідальності бізнесу

Розвиток концепції корпоративної соціальної відповідальності сприяв формуванню різноманітних теоретичних підходів до соціальної відповідальності бізнесу, які активно застосовуються прогресивними підприємствами в їхній діяльності.

Основні теоретичні підходи до соціальної відповідальності бізнесу представлені на рисунку 1.2. Розглянемо основні підходи:

Концепція зацікавленості стейкхолдерів (Stakeholder Theory) є важливим аспектом соціальної відповідальності бізнесу та корпоративного управління. Вона вимагає врахування інтересів усіх стейкхолдерів у діяльності компанії, включаючи споживачів, працівників, інвесторів, постачальників,

урядові органи та громадські організації. Цей підхід визначає, що бізнес повинен задовольняти потреби та очікування різних зацікавлених сторін.

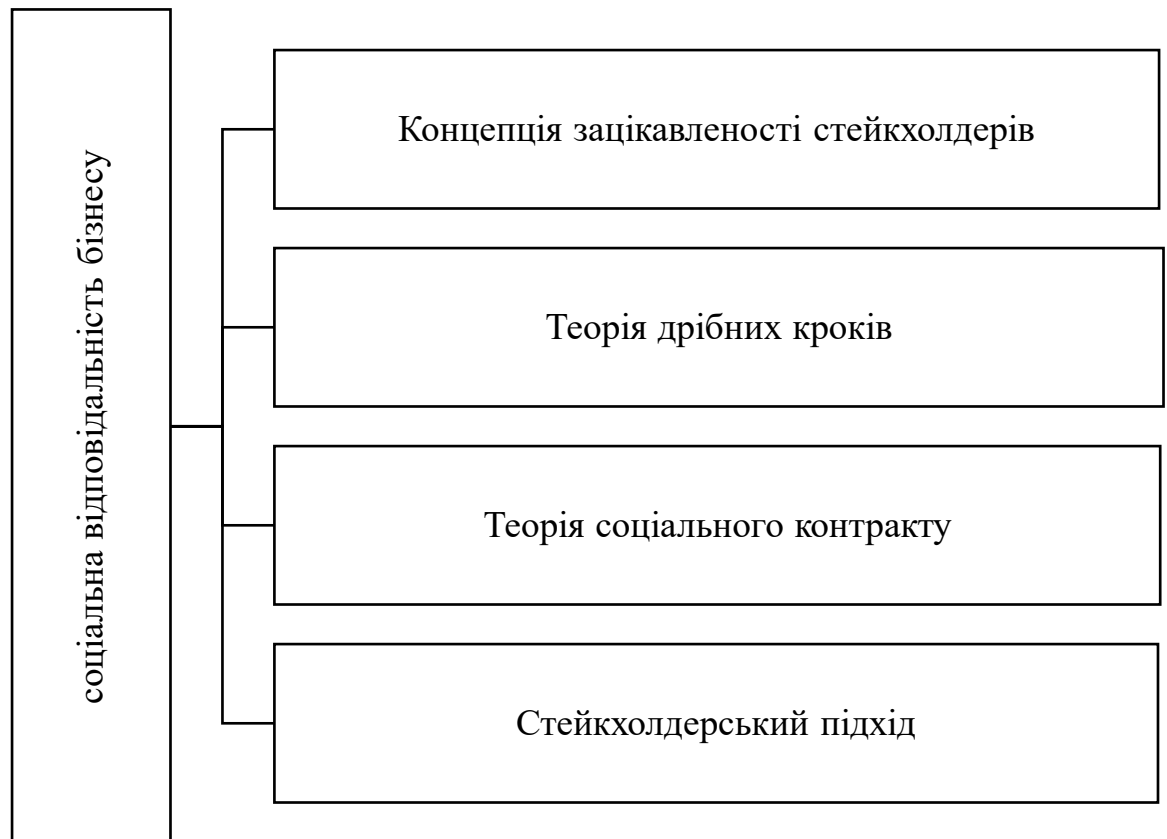


Рис. 1.2. Теоретичні підходи до соціальної відповідальності бізнесу [14]

Стейкхолдери — це групи або особи, які можуть впливати на діяльність компанії або бути нею впливовими. Концепція зацікавленості стейкхолдерів враховує їхні потреби, очікування та вплив на компанію.

Основні аспекти цієї концепції:

- визначення стейкхолдерів: включає ідентифікацію всіх зацікавлених сторін — клієнтів, акціонерів, працівників, постачальників, громадських організацій, урядів, конкурентів тощо;
- аналіз інтересів: необхідно визначити інтереси стейкхолдерів, пов'язані з фінансами, якістю продуктів, етикою, екологічними питаннями тощо;

- задоволення інтересів: компанія повинна враховувати ці інтереси при прийнятті рішень і впроваджувати зміни для їх задоволення;
- звітність і відкритість: важливо забезпечити прозорість і відкритість у взаємодії з стейкхолдерами;
- збалансований підхід: концепція передбачає збалансоване врахування інтересів різних стейкхолдерів.

Компанії повинні бути прозорими у взаємодії зі стейкхолдерами, надаючи інформацію про свою діяльність і вплив на суспільство, при цьому зберігаючи баланс між різними інтересами.

Впровадження концепції зацікавленості стейкхолдерів підвищує ефективність і сталий розвиток компанії, враховуючи довгострокові та короткострокові інтереси.

Ця концепція сприяє розвитку бізнесу як соціально відповідального партнера, здатного встановлювати стійкі й довгострокові відносини з клієнтами, постачальниками та інвесторами, а також допомагає вирішувати соціальні та екологічні проблеми.

Концепція дрібних кроків у розвитку соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) передбачає поступові зміни в діяльності компанії для досягнення значущого соціального впливу.

Основні принципи включають:

- поступовість: впровадження малих змін у бізнес-практики, таких як покращення екологічних показників чи умов праці;
- інтеграція: зміни повинні бути частиною бізнес-стратегії, а не просто формальними заходами;
- відкритість: компанія повинна активно спілкуватися зі стейкхолдерами, слухати їхні думки і враховувати зворотний зв'язок;
- моніторинг: постійний контроль за результатами змін для оцінки їх ефективності;
- співпраця: партнерство з іншими організаціями для вирішення соціальних та екологічних проблем.

Переваги концепції включають зменшення опору до змін, покращення репутації та стійке впровадження соціальної відповідальності через еволюційний підхід.

Теорія соціального контракту, яка виникла у філософії та політології, описує взаємовідносини між індивідами та суспільством. В бізнесі вона вказує на зобов'язання компаній перед суспільством, які необхідно виконувати.

Основні аспекти включають:

- взаємна відповідальність: компанії мають виконувати соціальні та етичні зобов'язання в обмін на можливість вести бізнес;
- дотримання закону: компанії повинні слідувати законодавчим нормам і стандартам;
- Етичні стандарти: врахування соціальних цінностей щодо працівників, споживачів і довкілля;
- сталість: компанії мають враховувати довгостроковий вплив на суспільство та навколишнє середовище;
- співпраця зі стейкхолдерами: слухання і врахування потреб стейкхолдерів при прийнятті рішень.

Застосування цієї теорії допомагає компаніям формувати позитивну репутацію, зберігати лояльність клієнтів і працівників, а також створювати сталу цінність для суспільства.

Концепція стейкхолдерського підходу в управлінні бізнесом підкреслює важливість врахування інтересів не лише акціонерів, а й інших груп, що мають інтерес у діяльності компанії, таких як працівники, клієнти, постачальники та громадські організації.

Основні аспекти включають:

- врахування інтересів стейкхолдерів: ідентифікація та розуміння потреб різних груп, включаючи фінансові, соціальні та екологічні інтереси;
- баланс інтересів: забезпечення компромісів і стратегій, які задовольняють різні групи;

- відкритість та співпраця: відкритий діалог і співпраця з усіма стейкхолдерами;
- інтеграція в стратегію: стейкхолдерський підхід має бути частиною стратегії компанії;
- спільний успіх: успіх компанії залежить від задоволення потреб усіх стейкхолдерів.

Такий підхід дозволяє компаніям створювати довгострокову цінність, зберігати репутацію, знижувати ризики та виконувати вимоги сталого розвитку та соціальної відповідальності.

Висновки до першого розділу

Перший розділ кваліфікаційної роботи присвячений теоретико-методичним основам корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). У результаті проведеного аналізу можна зробити кілька основних висновків:

- поняття корпоративної соціальної відповідальності є комплексним і багатогранним. Воно охоплює етичні, соціальні та екологічні аспекти діяльності бізнесу, які мають бути інтегровані в управлінську практику компаній. КСВ передбачає не лише виконання законодавчих вимог, а й відповідальність перед суспільством, працівниками та іншими стейкхолдерами за вплив своєї діяльності на навколишнє середовище і соціальне середовище;
- еволюція корпоративної соціальної відповідальності відображає зміни в суспільних очікуваннях щодо ролі бізнесу в глобальній економіці та розвитку суспільства. Спочатку соціальна відповідальність бізнесу була обмежена благодійністю, проте з часом вона стала важливою складовою стратегії сталого розвитку компаній, включаючи інтеграцію екологічних, соціальних та етичних аспектів у бізнес-практики;

- існує кілька теоретичних підходів до розуміння корпоративної соціальної відповідальності, серед яких найважливішими є концепція зацікавленості стейкхолдерів, концепція дрібних кроків, теорія соціального контракту та стейкхолдерський підхід. Кожен з цих підходів пропонує різні шляхи досягнення балансу між інтересами бізнесу та суспільства, сприяючи створенню сталого та відповідального бізнесу.

Таким чином, розвиток корпоративної соціальної відповідальності є важливою складовою успішної та етичної діяльності сучасних компаній, що здатні ефективно інтегрувати соціальні та екологічні зобов'язання в свою стратегію, створюючи тим самим додану вартість для себе та суспільства.

РОЗДІЛ 2

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТОВ «БУХДОКС» В СУЧАСНИХ УМОВАХ

2.1. Організаційна характеристика ТОВ «БУХДОКС»

ТОВ «БУХДОКС» було офіційно зареєстровано 31 липня 2020 року. Компанія розташована в смт. Щирець, Львівської області. Спеціалізується компанія на послугах з бухгалтерського обліку та аудиту, а також консультування щодо податкових питань; юридичних послугах, включаючи правову підтримку та консультації; роздрібній торгівлі різноманітними товарами у неспеціалізованих магазинах; виробництві акумуляторів та батарей, що відповідають сучасним стандартам; виробництві авіаційної та космічної техніки разом із супутніми комплектуючими; ремонті та обслуговуванні авіаційної і космічної техніки, забезпечення її надійності; оптовій торгівлі ІТ-обладнанням та програмним забезпеченням, включаючи комп'ютери та периферію; роздрібній торгівлі комп'ютерною технікою та програмним забезпеченням у спеціалізованих точках; наданні інформаційних послуг, які не входять до стандартних класифікацій та оренді і управлінні нерухомістю, як власною, так і орендованою.

Місія компанії полягає у створенні умов для розвитку, реалізації потенціалу її працівників, клієнтів та суспільства загалом, сприяючи їхньому успіху та благополуччю.

Ці послуги допомагають підприємствам ефективно управляти своїми ресурсами, дотримуватися фінансової дисципліни та адаптуватися до змін у регуляторному середовищі.

Ключовим завданням управління є підвищення ефективності роботи через стандартизацію процесів надання послуг. Внутрішня комунікація в компанії носить неформальний характер, що сприяє більшій гнучкості та

швидкості взаємодії. Компанія володіє достатніми ресурсами для забезпечення розширення своєї клієнтської бази. Зважаючи на її ринкову позицію, стратегічною метою є збалансоване зростання та покращення іміджу шляхом збільшення частки ринку.

ТОВ «БУХДОКС» надає послуги з бухгалтерського та юридичного супроводу, включаючи абонентське обслуговування та підтримку у форматі конференцій. Крім того, компанія займається адвокатським супроводом підприємств малого та середнього бізнесу. Широкий спектр послуг дозволяє задовольнити потреби цільової аудиторії.

Згідно з принципом Парето (80:20), компанія вбачає найбільший потенціал у напрямку абонентського обслуговування. Це є ключовим стратегічним пріоритетом для подальшого розвитку. Детальний огляд результатів діяльності представлено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Основні напрями діяльності ТОВ «БУХДОКС»

№ п/п	Напрями діяльності	Послуги
1	2	3
1	Бізнес-консультування	- реєстрація підприємств різних форм власності; - зміна форми реєстрації компаній; - реєстрація іноземних підприємств в Україні; - ліквідація бізнесу
2	Судова практика	- представництво інтересів клієнтів у судах; - виконання судових рішень; - досудове врегулювання конфліктів; - розв'язання судових спорів.
3	Інтелектуальна власність	- патентування розробок; - реєстрація торгових марок; - аналіз і укладання договорів у сфері інтелектуальної власності; - захист авторських прав і торгових марок, включаючи права нерезидентів України
4	Податкове право	- розблокування податкових накладних

Джерело: сформовано на основі даних ТОВ «БУХДОКС»

Кожен із напрямів охоплює широкий спектр послуг, спрямованих на захист і підтримку бізнесу та фізичних осіб у різних сферах діяльності.

Важливим напрямком діяльності компанії є надання правової допомоги громадянам. Це включає юридичні консультації, підготовку та укладання договорів, а також захист цивільних прав у суді. Завдяки цьому ТОВ «БУХДОКС» успішно працює як на ринку B2B (співпраця з бізнес-клієнтами), так і на ринку B2C (робота з приватними особами).

Широкий спектр послуг із юридичного та бухгалтерського супроводу є унікальною комерційною перевагою компанії, що суттєво підвищує її конкурентоспроможність у сучасному бізнес-середовищі.

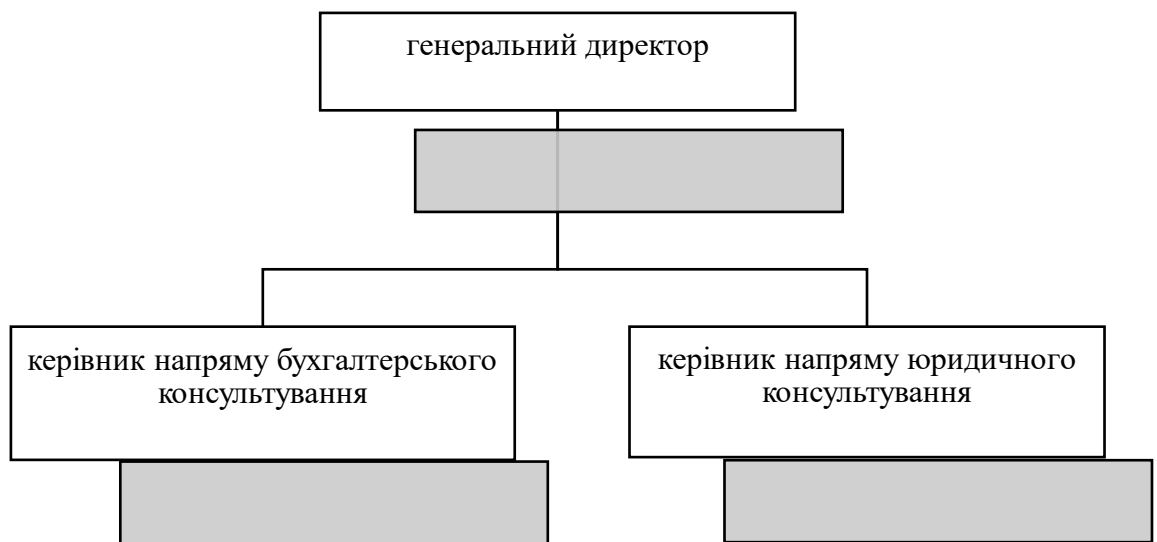


Рис. 2.1. Організаційна структура ТОВ «БУХДОКС»

Джерело: сформовано на основі даних ТОВ «БУХДОКС»

На основі представленої організаційної структури компанії (рис.2.1). Генеральний директор очолює організацію, керує всіма аспектами її діяльності, відповідає за стратегічний розвиток компанії, прийняття ключових рішень та координацію роботи підрозділів.

Керівник напрямку бухгалтерського консультування відповідає за організацію та контроль надання послуг у сфері бухгалтерського обліку та консультування, займається фінансовими звітами, податковими питаннями та обліковою політикою клієнтів.

Керівник напряму юридичного консультування здійснює керівництво юридичним напрямом, що включає консультації з правових питань, судове представництво, супровід договорів та захист прав клієнтів, відповідає за розвиток послуг у сфері права та дотримання юридичних стандартів.

Така структура спрямована на оптимізацію процесів надання послуг, забезпечення якісного супроводу клієнтів у бухгалтерському та юридичному напрямках, а також на гнучкість і адаптивність у роботі.

Згідно з наведеною діаграмою, у штаті компанії працюють лише фахівці, які займаються основною діяльністю. Завдання, пов'язані з допоміжними функціями (обслуговування офісу, маркетинг, реклама, ІТ-підтримка, редакційні послуги), виконуються субпідрядниками, яких залучає керівництво. Координацію та контроль за діяльністю цих зовнішніх підрядників здійснює молодший юрист.

ТОВ «БУХДОКС» класифікується як невелике підприємство. Це підтверджується не лише складом персоналу та характером діяльності, а й аналізом фінансових показників компанії. Такий підхід до організації дозволяє ефективно оптимізувати ресурси, зберігаючи гнучкість у роботі.

Бухгалтерія ТОВ «БУХДОКС» представляє фінансово-господарські рішення, спрямовані на забезпечення ефективної діяльності підприємства. У цьому контексті створення та надання бухгалтерської та юридичної інформації розглядається як послуга. Якість таких послуг визначається рівнем процесів, що застосовуються для формування та подання інформації, а також відповідністю звітів вимогам чинного законодавства.

Основна функція бухгалтерії полягає в забезпеченні керівництва підприємства інформацією, необхідною для ухвалення управлінських рішень, а також у підготовці звітів, на основі яких ці рішення приймаються. Своєчасність подання такої інформації є ключовою для забезпечення ефективного управління та контролю.

Розглянуте підприємство надає комерційні послуги іншим суб'єктам господарювання. Таким чином, директор ТОВ «БУХДОКС» має визначати

собівартість послуг, що замовляються клієнтами, та включати до неї маржу, яка формує прибуток підприємства.

Вартість послуг має відповідати рівню якості та враховувати потреби й очікування користувачів облікової інформації з таких аспектів:

- дотримання професійної етики та вимог чинного законодавства;
- постійне вдосконалення якості бухгалтерської та юридичної інформації;
- ефективність створення та передачі облікових даних;
- врахування соціальних, економічних та екологічних факторів.

Для забезпечення прибутковості організації працівники ТОВ «БУХДОКС», виконуючи послуги, дотримуються основоположних принципів, таких як: доброчесність, об'єктивність, незалежність, професійна компетентність та збереження конфіденційності.

2.2. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства

Створення компанії передбачає забезпечення клієнтів комплексною інфраструктурною підтримкою, яка охоплює не лише базову юридичну підтримку, але й додаткові послуги, такі як нотаріальні та банківські послуги, а також представництво в судових процесах у межах правового поля.

Для реалізації такого підходу компанія БУХДОКС активно використовує мережеві інструменти, що дозволяють розширювати партнерські зв'язки та забезпечувати широкий спектр співпраці. Крім того, цей підхід виступає ефективним інструментом для залучення клієнтів за рахунок перехресних рекомендацій.

Для збереження конкурентоспроможності компанія постійно відслідковує ринкові тенденції та формує портфель послуг, який стає базою для досягнення майбутніх цілей. Диференціація на юридичному та бухгалтерському ринку полягає у зосередженні на сферах діяльності

компаній-клієнтів, що дозволяє розвивати вузькопрофільну спеціалізацію фірми.

Для глибокої оцінки внутрішніх факторів, що впливають на діяльність компанії, та визначення напрямків подальших досліджень було здійснено SWOT-аналіз (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2

SWOT-аналіз ТОВ «БУХДОКС»

	<i>Можливості:</i> - розширення доступу до B2B-ринків; - збільшення обсягу виробничих ресурсів; - розвиток і розширення невеликих фірм.	<i>Загрози:</i> - зміни у правовому регулюванні; - зростання конкуренції на ринку; - широке впровадження автоматизації бізнес-процесів.
<i>Сильні сторони:</i> - високий рівень доброчесності в обслуговуванні; - унікальна послуга у вигляді абонентської підтримки; - значний досвід успішних проєктів; - використання шаблонів для підвищення ефективності роботи; - позитивні рекомендації від клієнтів.	- розробити продуману стратегію для збільшення кількості замовлень у сегменті B2B; - активно просувати HR-маркетинг через публікацію робочих матеріалів; - укласти партнерські угоди для розширення можливостей продажів.	- розширити кількість замовлень на послуги абонентської підтримки, щоб зберегти довгострокових клієнтів, навіть за умов не-сприятливих ринкових тенденцій; - оптимізувати та налаштовувати пакети абонентської підтримки відповідно до потреб клієнтів; - продовжувати впровадження стратегії залучення клієнтів на ринках B2B та B2C.
<i>Слабкі сторони:</i> - невпроваджена інтегрована маркетингова стратегія; - високий рівень конкуренції на ринку; - залежність правової діяльності від державного регулювання.	- розробити цілісну маркетингову стратегію, об'єднавши та оптимізувавши раніше реалізовані дії; - посилити ринкові позиції компанії через придбання малих і середніх підприємств.	- розширити сферу діяльності на суміжні регіони, менш залежні від політичних обставин; - збільшити клієнтську базу та зміцнити бренд для формування ширшої та стійкішої аудиторії.

Джерело: сформовано на основі даних ТОВ «БУХДОКС»

Аналіз виявив два ключових фактори, що потребують подальшого вивчення та розробки стратегії управління ризиками для АО «БУХДОКС»:

- суттєвий вплив політичних умов та законодавчих змін на діяльність компанії;
- значний вплив конкурентного середовища на ринкову позицію підприємства, що вимагає активізації маркетингових заходів;
- корпоративний брендинг є важливим напрямом для подальших досліджень і включає такі елементи, як слоган компанії: «Завжди є рішення».

Унікальні переваги компанії:

- юридичний та бухгалтерський супровід бізнесу;
- швидка реакція на запити клієнтів;
- індивідуальний підхід до кожного клієнта.

Місія компанії - надавати комплексну підтримку, підтримку та консультації світового рівня для підвищення ефективності корпоративних клієнтів. Бачення полягає в тому, щоб співпрацювати з найбільшими компаніями м.Львова та Львівської області для підтримки клієнтів у довгостроковій перспективі. Цілі компанії включають стабілізацію на ринках B2B і B2C, придбання успішних і унікальних кейсів, які можуть привести до справжнього маркетингу, і обробку великих замовлень.

Компанія ТОВ «БУХДОКС», яка класифікується як представник малого та середнього бізнесу, надає юридичні та бухгалтерські послуги на ринках B2B і B2C. Її операційна діяльність організована за вертикальною структурою управління: керівництво здійснюється власниками компанії, а виконання завдань покладено на працівників.

Як уже зазначалося, діяльність ТОВ «БУХДОКС» може зазнавати впливу з боку ринкового середовища, зокрема через специфіку послуг, що пропонує компанія. Ринкове середовище можна аналізувати, враховуючи три основні чинники: функціонування ринку, конкуренти та споживачі (які потребують розгляду з позиції безпосередньої оцінки роботи компанії).

Зовнішнє середовище формує як можливості, так і загрози для ТОВ "БУХДОКС", що потребує гнучкості у стратегії розвитку та адаптації до змін.

У таблиці 2.3. наведена характеристика зовнішнього середовища ТОВ "БУХДОКС".

Таблиця 2.3.

Характеристика зовнішнього середовища ТОВ "БУХДОКС"

№ п/п	Фактори впливу	Характеристика факторів впливу
1	2	3
1	Економічні фактори	- залежність від загальної економічної ситуації в країні, яка впливає на попит на юридичні та бухгалтерські послуги; - рівень інфляції, зміни податкового законодавства та фінансова стабільність бізнесу клієнтів; - розвиток малого і середнього бізнесу, які є основними споживачами послуг компанії.
2	Політичні та правові фактори	- часті зміни в законодавстві, особливо у сфері податкового обліку та корпоративного права; - посилення державного регулювання та перевірок у бухгалтерській та юридичній сфері; - політична стабільність, яка впливає на діяльність бізнесу загалом.
3	Технологічні фактори	- активне впровадження автоматизованих систем обліку та юридичного документообігу; - розвиток цифрових платформ, що спрощують комунікацію з клієнтами та обмін інформацією; - необхідність інвестувати в інноваційні рішення для залишання конкурентоспроможними.
4	Соціальні фактори	- підвищення очікувань клієнтів щодо якості, швидкості та зручності отримання послуг; - формування довіри до бренду через позитивну репутацію серед клієнтів; - зміна потреб клієнтів залежно від змін у суспільстві та бізнес-середовищі.
5	Конкурентне середовище	- високий рівень конкуренції на ринку юридичних та бухгалтерських послуг; - присутність великих компаній із більшою базою ресурсів і доступом до технологій; - наявність малих спеціалізованих фірм, які пропонують унікальні або дешевші рішення
6	Ринкові тенденції	- зростання попиту на комплексні рішення, що об'єднують юридичні та бухгалтерські послуги; - акцент на B2B-ринок із наданням послуг для корпоративних клієнтів; - розширення спектра онлайн-послуг через дистанційний формат роботи

Джерело: сформовано на основі даних ТОВ «БУХДОКС»

ТОВ "БУХДОКС" функціонує в динамічному середовищі, яке формується під впливом економічних, політичних, технологічних, соціальних

і конкурентних факторів. Основні виклики включають необхідність адаптації до змін законодавства, високий рівень конкуренції та потребу в технологічних інвестиціях. Ключові можливості полягають у розширенні спектра послуг, орієнтації на B2B-сегмент і формуванні довгострокової лояльності клієнтів.

Для подальшого аналізу роботи компанії необхідно оцінити її фінансовий стан на основі даних фінансової звітності. У цьому контексті було проведено аналіз фінансової звітності ТОВ «БУХДОКС» за період 2021–2023 років. На основі отриманих даних здійснено розрахунки ключових фінансових показників, таких як ліквідність, платоспроможність та ділова активність підприємства (див. таблицю 2.4). Це дозволяє оцінити ефективність управління ресурсами компанії та її здатність виконувати зобов'язання.

Таблиця 2.4

Показники фінансового стану ТОВ «БУХДОКС» за 2021-2023 роки

Показники	Роки		
	2021	2022	2023
1	2	3	4
Аналіз ліквідності підприємства			
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,68	18,56	87,40
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,58	18,56	87,40
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,01	1,8	0,71
Чистий оборотний капітал, тис.грн	138,30	319,6	838,10
Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства			
Коефіцієнт платоспроможності(автономії)	8,26	11,07	5,65
Коефіцієнт фінансування	0,12	0,09	0,18
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,59	0,05	0,01
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,07	0,01	0,01
Аналіз ділової активності підприємства			
Коефіцієнт оборотності активів	0,94	3,19	1,85
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	1,15	1,81	1,48
Коефіцієнт оборотності оборотних засобів	0,94	3,22	1,85
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	0,14	0,18	0,28

Джерело: сформовано на основі даних ТОВ «БУХДОКС»

Аналіз коефіцієнтів ліквідності дає змогу оцінити здатність компанії управляти своїми поточними фінансовими зобов'язаннями за допомогою доступних грошових коштів. Зокрема, розрахунок коефіцієнта поточної ліквідності показує, що 2021 рік був кризовим для компанії порівняно з 2023 роком. У 2023 році цей показник значно зріс (на 85,72 пункти), що свідчить про успішну підприємницьку діяльність, яка дозволила своєчасно виконувати фінансові зобов'язання.

Коефіцієнт швидкої ліквідності, який визначає здатність компанії погашати зобов'язання за рахунок найбільш ліквідних активів, демонструє значне зростання у 2022 році – у 11,7 разів порівняно з попереднім роком. У 2023 році фінансовий стан підприємства свідчить про наявність достатніх оборотних активів, що дозволяє компанії навіть у разі збиткової діяльності виконувати свої фінансові зобов'язання перед постачальниками.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності демонструє, яку частку боргів підприємство може погасити негайно на момент подання звітності. У нашому випадку цей показник виявився нестабільним. У 2021 році він зріс у 900 разів порівняно з попереднім роком, проте у 2023 році зменшився в 2,5 рази. Зниження коефіцієнта свідчить про збільшення довгострокової дебіторської заборгованості в аналізованому періоді.

Ще один показник, який відображає здатність компанії підтримувати свою діяльність та виконувати поточні зобов'язання, демонструє позитивну динаміку розвитку. Зокрема, чистий оборотний капітал за три аналізовані роки зріс у 6 разів, що пропорційно сприяє зростанню прибутку — ключової мети діяльності організації.

Наступний розрахований показник відображає частку власного капіталу в загальному обсязі ресурсів, необхідних для ефективної роботи ТОВ «БУХДОКС». Коефіцієнт автономії у 2023 році становить 5,65, що перевищує нормативне значення, свідчаючи про відсутність потреби у додатковому фінансуванні для підтримки діяльності товариства.

Щодо коефіцієнта фінансування, аналіз результатів за 2022 рік свідчить про нестабільність діяльності. Цей показник знизився на 0,03 пункти порівняно з 2021 роком та на 0,08 пункти у порівнянні з 2023 роком.

Аналізований коефіцієнт свідчить, що ТОВ «БУХДОКС» у повній мірі забезпечене власними оборотними засобами. Незначні коливання цього показника не впливають на загальну фінансову стабільність компанії.

Окремої уваги заслуговує коефіцієнт маневреності власного капіталу. Розрахунок показує, що власний капітал компанії не залучається для погашення заборгованостей чи забезпечення основної діяльності.

Аналіз показників ділової активності демонструє наступне:

- коефіцієнт оборотності активів, який повинен мати тенденцію до зростання, у 2021–2022 роках відповідає нормативним значенням, що свідчить про стабільний фінансовий стан. Проте у 2023 році порівняно з 2022 роком спостерігається зниження на 1,34 пункти, що може вказувати на зменшення ефективності використання активів;

- коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості частково відповідає нормативам, демонструючи зростання у 2021–2022 роках. У 2023 році показник знизився на 0,33 пункти порівняно з 2022 роком, що свідчить про негативну тенденцію у сфері погашення дебіторської заборгованості за виконані роботи та послуги;

- коефіцієнт оборотності власного капіталу знаходиться у прийнятних межах та демонструє позитивну динаміку до зростання.

Аналіз фінансового стану ТОВ «БУХДОКС» свідчить про його фінансову незалежність та здатність своєчасно погашати поточну заборгованість. Однак 2023 рік виявився менш прибутковим у порівнянні з 2022 роком. Основною причиною цього стали зовнішні чинники, зокрема повномасштабне вторгнення, яке призвело до закриття значної кількості підприємств, багато з яких були клієнтами компанії. Станом на 2023 рік підприємство активно розширює свою клієнтську базу, до складу якої входять заклади громадського харчування, магазини, особи, які займаються

незалежною професійною діяльністю, готельно-ресторанні комплекси, виробничі підприємства тощо.

2.3. Аналіз соціальної відповідальності ТОВ «БУХДОКС»

ТОВ «БУХДОКС» — компанія, що надає послуги з бухгалтерського та юридичного супроводу для малого та середнього бізнесу. Дослідження діяльності ТОВ «БУХДОКС» у 2021–2023 роках засвідчує наявність сформованої системи соціальної відповідальності, орієнтованої як на внутрішнє середовище, так і на зовнішнє. Основні напрями представлено на рис. 2.2.

Соціальна відповідальність ТОВ "БУХДОКС"	
Зовнішня: - відповідальність перед клієнтами; - взаємодія з громадою;	Внутрішня: - відповідальність перед працівниками; - корпоративне управління;

Рис. 2.2. Соціальна відповідальність ТОВ «БУХДОКС»
Джерело: сформовано на основі даних ТОВ «БУХДОКС»

Основними компонентами соціальної відповідальності є:

1. Відповідальність перед працівниками

Усі нові співробітники ТОВ «БУХДОКС» підписують трудовий договір відповідно до вимог КЗпП України. Наприклад, у 2024 році компанія

працевлаштувала 5 нових співробітників, кожному з яких було оформлено офіційний запис у трудовій книжці, сплачено всі обов'язкові внески до державних фондів та надано доступ до внутрішнього регламенту.

Бухгалтер ТОВ «БУХДОКС» працює віддалено з іншого міста, поєднуючи роботу з доглядом за дитиною. Компанія дозволила їй індивідуальний графік з частковою зайнятістю, з доступом до всіх внутрішніх систем онлайн. Її продуктивність контролюється за результатами, а не за часом перебування в офісі.

У лютому 2024 року було проведено міні-семінар на тему «Оновлення в податковому законодавстві з 2024 року». Захід проводив старший юрист компанії, і в ньому взяли участь 12 працівників. Вебінар проходив у Zoom з подальшим обговоренням практичних кейсів.

2. Відповідальність перед клієнтами

Усі договори з клієнтами ТОВ «БУХДОКС» містять деталізований перелік послуг, строків надання та вартості. Наприклад, при укладанні договору на абонентське обслуговування для ТОВ «ФінТрейд», у додатку до договору був зазначений погодинний тариф за консультації та перелік послуг, що входять у фіксовану щомісячну оплату. Це дозволило клієнту чітко розуміти, за що саме він платить.

Під час супроводу судової справи клієнта, компанія підписала угоду про нерозголошення (NDA), яка регламентувала збереження інформації, що міститься в матеріалах справи. Працівники не мають доступу до конфіденційної інформації клієнтів, якщо вона не входить до їхніх обов'язків, що гарантує професійну етичну поведінку.

У березні 2024 року ТОВ «БУХДОКС» провело безкоштовну Zoom-конференцію на тему «Податкові зміни 2024: на що звернути увагу бізнесу». У заході взяли участь понад 80 клієнтів, які отримали актуальну інформацію та змогли поставити запитання в реальному часі. Запис конференції було розіслано всім учасникам.

Компанія використовує спеціальний клієнтський чат у Telegram, де бухгалтери та юристи оперативно відповідають на запитання. Середній час відповіді — до 2 годин у робочий день. Наприклад, у січні 2024 року клієнт звернувся з терміновим питанням щодо податкового звіту, і відповідь отримав менш ніж за 30 хвилин.

Компанія переходить на електронний документообіг, що скорочує використання паперу. Сортує сміття в офісі, закуповує екологічно чисті товари (папір, миючі засоби).

3. Взаємодія з громадою

У грудні 2023 року ТОВ «БУХДОКС» організувало благодійну ініціативу серед працівників для збору коштів на подарунки до новорічних свят для вихованців дитячого будинку «Сонечко». Крім того, компанія передала фінансову допомогу місцевій ветеранській організації на підтримку учасників бойових дій.

У 2024 року компанія прийняла на стажування 4 випускників економічних факультетів. Кожному було призначено ментора — досвідченого бухгалтера або юриста, який протягом двох місяців допомагав новачкам адаптуватися, розбиратись у завданнях та освоїти робочі інструменти. Один зі стажерів після програми був прийнятий на постійну роботу.

4. Корпоративне управління

У 2023 році ТОВ «БУХДОКС» затвердило внутрішній Етичний кодекс, що містить положення про повагу до колег, дотримання професійних стандартів, уникнення конфлікту інтересів та доброчесну поведінку. Нові працівники підписують ознайомлення з документом при прийомі на роботу, а всі співробітники мають до нього доступ через внутрішній портал.

Компанія забороняє отримання будь-яких неофіційних "винагород" чи подарунків від клієнтів та партнерів. У 2024 році до шаблону договорів було додано антикорупційне застереження, яке прямо забороняє будь-які прояви корупції або неетичної поведінки з боку сторін договору. У випадку виявлення таких фактів — передбачене негайне розірвання угоди.

Щоквартально ТОВ «БУХДОКС» проводить внутрішні командні збори, під час яких керівництво обговорює з колективом корпоративну культуру, цілі на наступний період та принципи взаємодії. Наприклад, у лютому 2024 року одна з тем обговорення — «Відповідальність і підтримка у команді» — була ініційована самими працівниками як частина зворотного зв'язку.

Отже, ТОВ «БУХДОКС» демонструє високий рівень соціальної відповідальності для компанії малого та середнього бізнесу. Особливо відзначаються такі аспекти:

- підтримка персоналу, розвиток внутрішньої культури навчання;
- прозора робота з клієнтами та відкритість у наданні послуг;
- екологічна свідомість та підтримка місцевої громади.

2.4. Напрями розвитку соціальної відповідальності ТОВ «БУХДОКС»

На основі проведеного аналізу рівня соціальної відповідальності ТОВ «БУХДОКС» упродовж 2021–2023 років, можна сформулювати низку рекомендацій, які сприятимуть зміцненню позитивного іміджу компанії, підвищенню рівня залученості працівників та поглибленню зв'язків із громадськістю.

На сьогодні участь компанії в соціальних ініціативах здебільшого обмежується благодійними внесками та разовими заходами. Рекомендовано розробити та впровадити формалізовану програму корпоративного волонтерства, яка передбачатиме активну участь працівників у добродійних акціях. Така програма може включати:

- спільні поїздки до дитячих будинків, геріатричних центрів або ветеранських організацій;
- взяти участь у міських екологічних акціях, таких як прибирання парків або висадка дерев;

- запровадити 1–2 дні на рік, коли працівники можуть брати участь у волонтерських заходах у робочий час без втрати заробітної плати.

У межах майбутньої волонтерської програми ТОВ «БУХДОКС» може організувати спільну ініціативу з місцевим благодійним фондом: "Один день допомоги" — коли команда юристів та бухгалтерів безкоштовно консультує представників малого бізнесу, ветеранів або переселенців із питань оформлення документів чи ведення обліку.

Наступним кроком до підвищення прозорості та репутаційної стійкості компанії може стати публікація щорічного звіту з КСВ. Такий звіт дозволить систематизувати та відкрито презентувати ініціативи компанії у сфері соціальної відповідальності, що стане додатковою перевагою перед конкурентами та викличе довіру з боку клієнтів і партнерів.

У звіті доцільно висвітлювати:

- напрями корпоративної соціальної відповідальності: відповідальність перед працівниками, клієнтами, громадою, партнерами;
- кількісні та якісні показники (кількість проведених заходів, обсяг фінансової допомоги, кількість залучених співробітників)
- приклади реалізованих ініціатив (міні-семінари, вебінари, благодійні акції);
- плани на наступний рік.

Рекомендовано опублікувати такий звіт на офіційному сайті компанії у вільному доступі.

ТОВ «БУХДОКС» може також активніше долучатися до реалізації локальних або національних грантових програм, що підтримують соціальні проєкти. Участь у таких програмах дозволить:

- злучити зовнішнє фінансування для масштабніших ініціатив (наприклад, серій освітніх вебінарів для молоді чи безкоштовних юридичних консультацій для незахищених верств населення);
- розширити партнерську мережу (співпраця з ГО, університетами, фондами);

- підвищити статус компанії як соціально активного та прогресивного гравця на ринку.

Компанія може взяти участь у грантовому конкурсі Українського культурного фонду або Програми розвитку ООН (UNDP) з ініціативою «Фінансова грамотність для молоді: практикум із бухгалтерського обліку та права».

Упровадження вищезазначених заходів дозволить ТОВ «БУХДОКС» не лише посилити соціальний вплив, а й створити додаткову цінність для працівників, клієнтів і громади.

Зважаючи на сучасні тенденції ведення відповідального бізнесу та стратегічну важливість соціальної репутації компанії, ТОВ «БУХДОКС» доцільно розширювати підходи до корпоративної соціальної відповідальності у кількох ключових напрямках:

1. Інтеграція принципів сталого розвитку в бізнес-процеси

Компанія може поступово впроваджувати екологічні практики у повсякденну діяльність: зменшення використання паперу, цифровізація документообігу, впровадження сортування відходів у офісі. Це не лише знижує навантаження на довкілля, а й формує екологічно відповідальну корпоративну культуру.

2. Зміцнення освітньо-просвітницької діяльності

Розширення формату освітніх заходів: запуск авторського подкасту, проведення відкритих лекцій у партнерстві з університетами, створення YouTube-каналу з порадами з бухгалтерії та права — усе це може значно підвищити видимість компанії як експерта і соціального партнера.

3. Поглиблення інклюзивного підходу у внутрішній політиці

ТОВ «БУХДОКС» може розглянути можливість запровадження інклюзивних практик — створення умов для роботи осіб з інвалідністю, розробка політик рівності та недискримінації, а також адаптація комунікацій (наприклад, створення версії сайту для слабоворих).

4. Розвиток системи мотивації працівників у сфері КСВ

Доцільно впровадити нематеріальні стимули для працівників, які активно залучені до соціальних проєктів компанії — подяки, відзнаки, бонусні дні відпустки або публічне визнання на внутрішніх зборах.

Висновки до другого розділу

У другому розділі здійснено комплексний аналіз діяльності ТОВ «БУХДОКС» у контексті формування та реалізації корпоративної соціальної відповідальності в умовах сучасного ринку професійних послуг.

На основі організаційної характеристики підприємства з'ясовано, що ТОВ «БУХДОКС» є гнучкою сервісною компанією, яка надає послуги у сфері бухгалтерського та юридичного супроводу бізнесу. Важливою особливістю є абонентська форма обслуговування, що передбачає постійну взаємодію з клієнтами та формує потребу в дотриманні високих етичних і професійних стандартів.

Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства дозволив виявити основні фактори впливу на реалізацію соціально відповідального підходу. До внутрішніх переваг слід віднести наявність професійної команди, ефективну систему управління персоналом та орієнтацію на постійний розвиток. Зовнішні фактори, зокрема зростання запиту на прозорість, цифровізацію та партнерські відносини, відкривають нові можливості для вдосконалення соціальних практик.

Дослідження поточного рівня КСВ показало, що ТОВ «БУХДОКС» вже впроваджує низку соціально орієнтованих заходів у таких напрямках, як відповідальність перед працівниками, клієнтами, громадою та у сфері корпоративного управління. Зокрема, компанія дотримується принципів прозорості, підтримує гнучкі умови праці, організовує освітні заходи, бере участь у доброчинності та розвиває внутрішню етичну політику.

Разом із тим у межах дослідження були окреслені перспективні напрями розвитку соціальної відповідальності. Серед них: розширення корпоративного волонтерства, створення публічного звіту з КСВ, участь у грантових програмах, інтеграція принципів сталого розвитку, впровадження інклюзивних практик та розширення просвітницької діяльності.

Загалом, ТОВ «БУХДОКС» демонструє високий потенціал для подальшого розвитку КСВ як важливої складової сталого функціонування та конкурентоспроможності на ринку професійних послуг.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було розглянуто теоретико-методичні засади та практичні аспекти формування корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на прикладі діяльності ТОВ «БУХДОКС». Робота складається з двох основних розділів, кожен з яких спрямований на всебічне дослідження як фундаментальних основ КСВ, так і особливостей її реалізації в умовах конкретного підприємства.

У першому розділі досліджено еволюцію поняття корпоративної соціальної відповідальності, проаналізовано ключові наукові підходи до її розуміння, а також охарактеризовано основні моделі реалізації корпоративної соціальної відповідальності у міжнародній та вітчизняній практиці. Особливу увагу було приділено методологічним підходам до класифікації напрямів соціальної відповідальності бізнесу та їх значенню в сучасній системі стратегічного управління підприємством.

У другому розділі проведено прикладний аналіз діяльності ТОВ «БУХДОКС», що спеціалізується на наданні бухгалтерських та юридичних послуг. Визначено організаційні особливості компанії, здійснено аналіз її внутрішнього та зовнішнього середовища, а також виявлено ключові аспекти вже реалізованих соціально відповідальних практик. Сформовано практичні рекомендації щодо подальшого розвитку корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві, зокрема розширення корпоративного волонтерства, створення публічного звіту з корпоративної соціальної відповідальності, участь у грантових програмах та інтеграція принципів сталого розвитку.

Загалом результати дослідження дозволяють зробити висновок, що ТОВ «БУХДОКС» уже формує стійкі засади соціально відповідального ведення бізнесу, однак має потенціал до поглиблення цієї стратегії через більш системну реалізацію корпоративної соціальної відповідальності, що, у свою чергу, сприятиме зміцненню його репутації, підвищенню довіри клієнтів і

партнерів, а також забезпеченню довгострокового розвитку підприємства в умовах сучасної економіки.

З огляду на актуальність теми, результати роботи можуть бути використані як практичними фахівцями у сфері управління підприємствами, так і дослідниками для подальшого вивчення ефективних механізмів впровадження корпоративної соціальної відповідальності в компаніях малого та середнього бізнесу, зокрема у сфері професійних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанюк Ж. Взаємозв'язок корпоративної соціальної відповідальності та політики руху персоналу організації. *Економіка та держава*. 2012. № 3.
2. Березіна О.Ю. Кількісна оцінка соціальної відповідальності корпорацій. *Вісник Української академії банківської справи*. 2012. № 1 (32). С. 97-101.
3. Боднар О. А. Умови і чинники регулювання соціально-економічного розвитку. *Економічні науки*. 2014. № 11 (41). С. 52–59.
4. Боднарук О.В. Європейський досвід державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності. *Менеджер*. 2016. № 2. С. 41-48.
5. Бурлакова Ю. Корпоративна соціальна відповідальність як основа гармонізації добробуту суспільства. *Економіка: проблеми теорії та практики : збірник наукових праць*. Вип. 252. Т. IV. Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. С. 881-891.
6. Буян О. А. Підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємств України. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2012. № 6 (2). С. 159-169.
7. Грішнова О.А., Міщук Г.Ю., Олійник О.О. Соціальна відповідальність у трудових відносинах: теорія, практика, регулювання ризиків : монографія. Рівне : НУВГП, 2014. 216 с.
8. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія / О.Ф. Новікова, М.Є. Дейч, О.В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки промсті. Донецьк, 2013. 296 с.
9. Дмитрів Б. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності. *Сталий розвиток економіки*. 2019. Випуск 4 (45). С. 96-104.

10. Єрмаков О. Ю., Ігнатенко М. М. Фінансово-інвестиційне забезпечення виробничих інновацій та соціальної відповідальності аграрних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 18. С. 7–10.
11. Жалдак Г. Управління репутаційними ризиками підприємства з урахуванням концепції корпоративної соціальної відповідальності. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2021. Том 20. Вип. 1 (47). С. 175-184.
12. Зінченко А., Саприкіна М. Розвиток КСВ в Україні: 2010-2018. Київ: Видавництво «Юстон», 2017. 52 с.
13. Касич А.О., Яковенко Я.Ю. Звіт про стійкий розвиток як аналітичний інструмент формування корпоративної соціальної відповідальності. *Ефективна економіка*. №10. 2014.
14. Корпоративна соціальна відповідальність: Конспект лекцій: навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійної програми «Промисловий маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського; укладач: М.О. Чупріна. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2023. 138 с.
15. Курінна І., Малярчук В., Саприкіна М., Супрунюк М., Трегуб О. Прозорість і корпоративна соціальна відповідальність. Київ : Поліграфія «Юстон», 2015. 47 с.
16. Куровська Н.О., Оліфір І.А. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах децентралізації. *Вісник ЖНАЕУ*. 2017. № 1(59). Т. 2. С. 68-75.
17. Лебедев І.В. Забезпечення сталого розвитку на засадах корпоративної соціальної відповідальності. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 1(139). С. 106-116.
18. Ложачевська О., Виговська А. Стейкхолдерський підхід до корпоративної соціальної відповідальності компаній. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 58–2. URL: http://bses.in.ua/journals/2020/58_2_2020/6.pdf (дата звернення : 30.10.2023).
19. Малахова, Ю. А., & Мироненко, Д. А. Корпоративна соціальна відповідальність як конкурентна перевага підприємства на міжнародному

ринку. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2021. Випуск 1 (102). С. 69-73.
<https://doi.org/10.37734/2409-6873-2021-1-9>

20. Моїсеєнко Т. Є., Гарбарчук Я. В. Корпоративна соціальна відповідальність в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2012. № 3. URL:
<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=986> (дата звернення : 28.10.2023).

21. Олійник О. О. Соціальна відповідальність : навч. посіб. Рівне : НУВГП, 2016. 222 с.

22. Онищенко О.А., Кулачок Н.П. Моделирование внешнего та внутреннего социального окружения организации. *Перспективи розвитку економічної системи з урахуванням сучасних євроінтеграційних процесів: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Дніпро, 17 березня 2018 р.). Дніпро: НО «Перспектива», 2018. 104 с. С.49-50

23. Сардак С., Гасленко К. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність підприємства: теоретичні та практичні аспекти. *Економіка і суспільство*. 2017. № 12. С. 342–347.

24. Харчук, В. Ю., Чернобай, Л. І., & Рябічина, Ю. С. (2021). Корпоративна соціальна відповідальність вітчизняних компаній: особливості імплементації та розкриття інформації. *Підприємництво і торгівля*. 2021. Випуск 28. С.103-110. <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-28-16>

25. Холявка В., Лешко Х. Корпоративна соціальна відповідальність як запорука позитивних змін у діяльності підприємств сфери послуг. *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності: II Міжнародна науково-практична конференція*, 7–8 жовтня 2021 року, Львів. С. 361-364.

26. Чупріна М.О., Жалдак Г.П. Світові тренди в сфері розвитку корпоративної відповідальності. *Ефективна економіка*. 2020. №11. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8365> (дата звернення : 30.10.2023).

27. Шевченко Т. Корпоративна соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі. *Вісник Харківського національного університету імені В. Каразіна*. 2014. № 1144 : Економіка. Країнознавство. Туризм. Т. 1. Вип. 3. С. 141–144.

28. Шира Н.О. Напрями впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності в практику українських підприємств. *Ефективна економіка*. 2013. №11. URL:www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2502 (дата звернення : 2.11.2023).

29. Ястремська О. М., Ріпка Д. О. Корпоративне управління : конспект лекцій Харків : ХНЕУ, 2011. 155 с.

30. Aguinis, H.; Glavas, A. What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. *J. Manag.* 2012, 38, 932-968

31. Bowen, H. Social Responsibilities of the Businessman; Harper Row: New York, NY, USA, 1953.

32. CareEdge Ratings. Press release. 2023. URL : https://www.careratings.com/upload/CompanyFiles/PR/23032023062311_Ernst_&_Young_LL.Pdf (дата звернення: 29.10.2023).

33. Carroll, A. Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks. *Organ. Dyn.* 2015, 44, 87-96.

34. Carroll, A.B. Social Issues in Management: Comments on the Past and Future. *Bus. Soc.* 2019, 58, 1406–1412.

35. Dahlsrud, A. How Corporate Social Responsibility is defined: An Analysis of 37 Definitions. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 2008, 15, 1-13.

36. Davis, K. Understanding the social responsibility puzzle: What does the businessman owe to society? *Bus. Horiz.* 1967, 10, 45-50.

37. Friedman, M. The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. In *Corporate Ethics and Corporate Governance*; Zimmerli, W.C., Holzinger, M., Richter, K., Eds.; Springer: Berlin/Heidelberg, Germany, 2007

38. James, L. Sustainable Corporate Social Responsibility – An Analysis of 50 Definitions for a Period of 2000–2011. *Int. J. Multidiscip. Res.* 2012, 2, 169-193.
39. Johnson, H. The Emerging Pattern of Corporate Citizenship; Address Delivered before the Institute of Life Insurance Annual Meeting: New York City, NY, USA, 1957.
40. Licandro, O. Análisis de la relación entre aplicación de la Responsabilidad Social y existencia de gerentes para liderarla. *Rev. Int. De Investig. En Cienc. Soc.* 2022, 18, 41-62.
41. Licandro, O.; Alvarado-Peña, L.; Sansores, E.; Navarrete, J. Responsabilidad Social Empresaria: Hacia la conformación de una tipología de definiciones. *Rev. Venez. De Gerenc.* 2019, 24, 281-299.
42. Licandro, O.; Vázquez-Burguete, J.L.; Ortigueira, L.; Correa, P. Definition of Corporate Social Responsibility as a Management Philosophy Oriented towards the Management of Externalities: Proposal and Argumentation. *Sustainability* 2023, 15. <https://doi.org/10.3390/su151310722>
43. Sahelices-Pinto, C.; Lanero-Carrizo, A.; Vázquez-Burguete, J.L. Self-determination, clean conscience, or social pressure? Underlying motivations for organic food consumption among young millennials. *J. Consum. Behav.* 2021, 20, 449-459.
44. Yadlapalli, A.; Rahman, S.; Gunasekaran, A. Corporate social responsibility definitions in supply chain research: An ontological analysis. *J. Clean. Prod.* 2020, 277.