

УДК 330.342

DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V46(2024)-14

Пілецька С. Т., доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки повітряного транспорту, Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ORCID ID: 0000-0002-3638-3002

e-mail: 0508486185@ukr.net

Коритько Т. Ю., кандидат економічних наук, доцент, старший науковий співробітник відділу проблем економіки підприємств, Інститут економіки промисловості, м. Київ, Україна

ORCID ID: 0000-0002-4251-1971

e-mail: taniakorytko@gmail.com

Оцінка корпоративної соціальної відповідальності підприємства на основі процесного підходу

Анотація. Стаття присвячена оцінюванню корпоративної соціальної відповідальності. Зазначено, що соціальна відповідальність сьогодні стає філософією бізнесу та основною передумовою ефективного функціонування підприємств у майбутньому. Зауважено, що багато підприємств заявляють про себе як про соціально відповідальні, але насправді слабо реалізують у своїй діяльності принципи корпоративної соціальної відповідальності. Обґрунтована необхідність не просто вимірювати рівень соціалізації підприємств, а й надавати стейкхолдерам можливість проводити такі обчислення самостійно, з урахуванням публічної інформації. У зв'язку з цим виникає потреба у методах оцінки, причому на всіх етапах: при плануванні та обґрунтуванні конкретних програм з корпоративної соціальної відповідальності, підбиття підсумків цієї роботи. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності потребує широке коло суб'єктів соціально-економічних відносин, інтереси та очікування яких складні для ідентифікації, змінюються у часі та часто суперечать один одному. Зростаюча соціальна активність підприємств, різноманітність підходів до її оцінювання вимагають відповідного методичного забезпечення.

Запропоновано авторами методичний підхід до інтегрального оцінювання корпоративної соціальної відповідальності підприємства, алгоритм вибору інструментарію, який включає ієрархічну систему показників щодо оцінки індексу корпоративної соціальної відповідальності підприємства.

Розроблені авторами методичний підхід та ієрархічна система показників щодо оцінки індексу корпоративної соціальної відповідальності підприємства допоможуть у вирішенні цього важливого завдання всім зацікавленим сторонам, у тому числі самого підприємства.

Висновки. Корпоративна соціальна відповідальність має бути включена та інтегрована у всі бізнес-процеси підприємства, сприяючи рішенню завдань. Запропонований підхід до оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємства слід проводити з погляду бізнесу та соціальних інвестицій.

Ключові слова: система; показники; корпоративна соціальна відповідальність; оцінка; ієрархічна система.

Samira Piletska, Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Air Transport Economics, Banking and Insurance, National Aviation University, Kyiv, Ukraine

Tetyana Koritko, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Senior Scientific Specialist in the Problems of Business Economics, Institute of Industrial Economics, Kyiv, Ukraine

Assessment of Corporate Social Responsibility of the Enterprise Based on the Process Approach

Abstract. Introduction. The article is devoted to the assessment of corporate social performance. The social awareness today is becoming a business philosophy and the main thought for the effective functioning of enterprises in the future.

Purpose. The purpose of the article is the further development of methods for assessing the corporate social responsibility of an enterprise based on the in-depth development of its theoretical and practical aspects, which will allow for the formation of a complex of justified management decisions in the direction of ensuring the appropriate level of financial security under a certain strategy and serves as a tool for improving the quality of accepted strategic development alternatives based on non-random selection of the most significant management measures that are adequate to the current situation and taking into account forecast conditions in the future.

Results. It is appreciated that many enterprises declare themselves to be socially responsible, but in reality poorly implement the principles of corporate social responsibility in their activities. There is a need not only to moderate the level of socialization of enterprises, but also to give stakeholders the opportunity to carry out such calculations independently, in accordance with public information. There is a need for assessment methods, and at all stages: when planning and organizing specific programs with corporate social reliability, matching the purposes of this robot. Assessing corporate social performance will require a wide range of socio-economic aspects, the interests and focus of which identification factors change frequently one to one. The growing social activity of enterprises and the diversity of approaches to assessment require a clear methodical approach.

¹Стаття надійшла до редакції: 12.07.2024

Received: 12 July 2024

The authors propose a methodical approach to the integral assessment of the corporate social performance of an enterprise, an algorithm for the selection of tools, which includes a hierarchical system of indicators for the assessment index in the corporate social sector.

The authors developed a methodical approach and a hierarchical system of indicators for assessing the index of corporate social performance of an enterprise to help achieve the most important task of all to lazy parties, including the enterprise itself.

Conclusions. *Corporate social awareness may be enabled and integrated into all business processes of the enterprise relevant to the task at hand. The initial approach to assessing the corporate social performance of an enterprise is based on business and social investments.*

Keywords: *system; indicators; corporate social compliance; assessment; hierarchical system.*

JEL Classification: *M14; M21.*

Постановка проблеми. Соціальна відповідальність сьогодні стає філософією бізнесу та основною передумовою ефективного функціонування підприємств у майбутньому. Одночасно з усвідомленням необхідності системної діяльності у цьому напрямі виникає потреба у вимірі та аналізі соціальної активності підприємств, що дозволило б їм активно впливати на свій поточний стан та тенденції розвитку, приймати рішення, вибирати напрями змін та прогнозувати їх вплив на ключові параметри, а також складати плани подальшого вдосконалення. Останнім часом багато підприємств заявляють про себе як про соціально відповідальні, але насправді слабо реалізують у своїй діяльності принципи корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Тому зацікавленим сторонам усі складніше довіряти таким заявам. Отже, необхідно не просто вимірювати рівень соціалізації підприємств, а й надавати стейкхолдерам можливість проводити такі обчислення самостійно, з урахуванням публічної інформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням у галузі вивчення комплексної оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємства присвячені роботи О. Бриндзя [3], Л. А. Грициної [5], В. А. Дерев'янка [6], В. А. Євтушенко [8] та інших. Слід зазначити, що ступінь розробленості методики оцінки проявів корпоративної соціальної відповідальності не дозволяє повною мірою оцінити ступінь впливу рішень та діяльності підприємства на суспільство та довкілля, включаючи економічні, екологічні та соціальні аспекти цього впливу.

Формулювання цілей дослідження. Метою статті є подальший розвиток методів оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємства на основі поглибленої розробки її теоретичних та практичних аспектів, що дозволить сформулювати комплекс

обґрунтованих управлінських рішень у напрямку забезпечення належного рівня фінансової безпеки за певної стратегії та служить інструментом підвищення якості прийнятих стратегічних альтернатив розвитку на основі не випадкового вибору найбільш суттєвих управлінських заходів, які адекватні поточній ситуації та з урахуванням прогностичних станів у майбутньому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наразі немає єдності думок [1; 2; 4; 7; 9; 12] щодо методичного підходу до оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності. Методи оцінки іноді різняться дуже суттєво. У ході аналізу методів оцінки КСВ виокремлено проблеми їх використання: наявність неповної інформації у відкритих джерелах, застосування складних індикаторів, труднощі в отриманні інформації від самих підприємств. Крім того, різноманітність методик оцінки КСВ, що використовуються при складанні рейтингів, заснованих на інформації з відкритих джерел, призводить до різноманітних результатів, що важко інтерпретуються.

Для вирішення цих складнощів запропоновано етапи методики інтегрального оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства, що представлені на рис. 1.

На першому етапі проводиться формування системи показників оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємства. Система показників повинна відображати повну динаміку змін які відбуваються на підприємстві. Система показників має бути логічно побудованою, надавати повну та достовірну інформацію, а також включати мінімальну, наскільки це можливо, кількість показників (потрібно стежити, щоб ті чи інші показники не дублювали один одного). Також система має бути відкрита для можливих її коригувань у майбутньому.

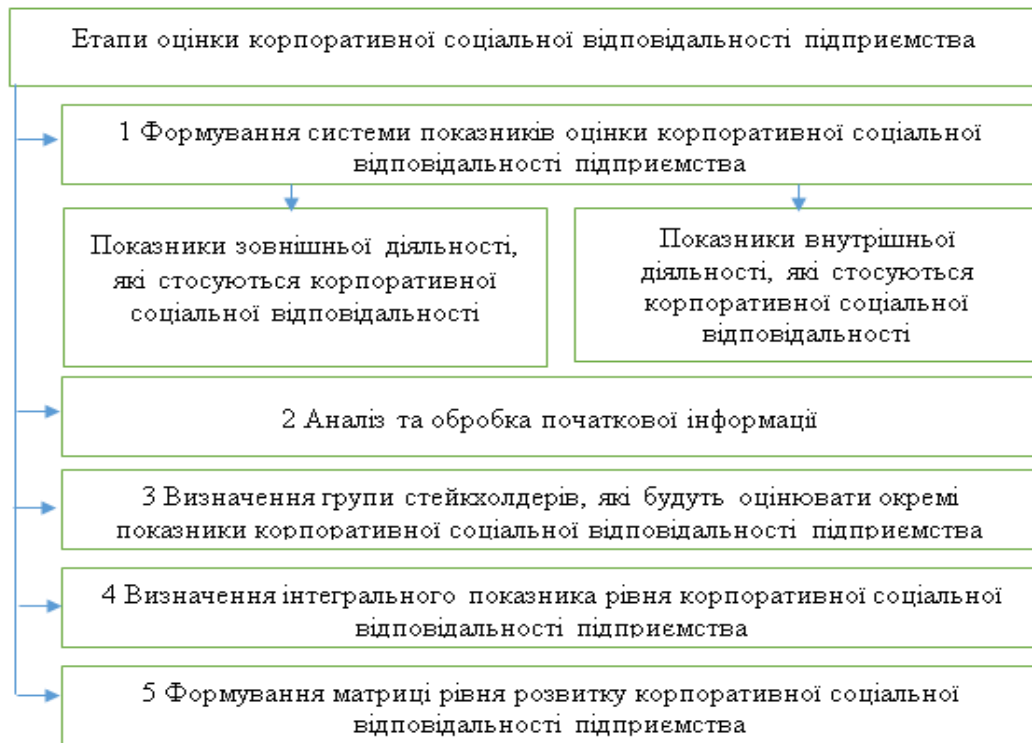


Рисунок 1 – Етапи інтегрального оцінювання корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Джерело: Складено авторами

Для проведення оцінювання корпоративної соціальної відповідальності підприємства запропонована система показників, яка наведена на рис. 2.

Аналіз даних є важливим компонентом методики дослідження корпоративної соціальної

відповідальності підприємства. Він включає систематичний збір, інтерпретацію та подання даних для отримання розуміння та прийняття обґрунтованих ділових рішень.



Рисунок 2 – Ієрархічна система показників щодо оцінки індексу КСВ підприємства

Джерело: Складено авторами

Для побудови ефективної діяльності підприємства, у тому числі і для побудови системи корпоративної соціальної відповідальності, важливим є системний підхід у взаємодії із зацікавленими сторонами. Всю сукупність стейкхолдерів прийнято розділяти на дві групи: внутрішні та зовнішні. Для аналізу інтересів

(вимог) стейкхолдерів та очікувань підприємства пропонується розглянути механізм взаємодії підприємства зі стейкхолдерами (табл. 1). Для кожної групи стейкхолдерів визначають їх основні вимоги до підприємства та очікування від зацікавлених сторін.

Таблиця 1 Характеристика інтересів зацікавлених сторін (стейкхолдерів)

Стейкхолдери	Вимоги стейкхолдерів до підприємства	Очікування підприємств від стейкхолдерів
Акціонери	– підвищення розміру дивідендів; – підвищення капіталізації підприємства	Формування акціонерного капіталу
Органи державної влади	– діяльність підприємства відповідає нормативно-правовим актам; – підвищення кількості зайнятості населення; – інвестиції в економічне зростання	– формування положень інвестиційного клімату; – зниження податкових ставок; – відсутність бар'єрів до доступу до ресурсів
Споживачі	– відповідність продукції та послуг стандартам; – задоволення попиту різноманітним асортиментом	– збільшення ринку збуту; – підвищення лояльності споживачів до торгівельної марки
Співробітники	– рівень оплати праці; – безпека умов праці, знижки на товар та послуги	– використання професійних обов'язків відповідно до трудового договору; – участь співробітників в реалізації соціальної відповідальності

Джерело: складено авторами

Взаємодіяти з усіма зацікавленими сторонами рівномірно неможливо - важливо мінімізувати їх нефінансові ризики. Необхідно взаємодіяти зі стейкхолдерами, виходячи зі стратегії підприємства. Перш ніж вибудувувати детальний діалог зі стейкхолдерами, необхідно проаналізувати основні

вимоги стейкхолдерів до підприємств та очікування підприємств від зацікавлених сторін і виділити ключові зацікавлені сторони підприємств.

На наступному етапі визначається інтегральний показник рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства (табл. 2). Завдання

експертів полягає в тому, щоб оцінити рівень підприємства.
 корпоративної соціальної відповідальності

Таблиця 2 Методика інтегральної оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Складова середовища	Вага складової	Методика розрахунку	Показники	Вага показника
1. Інтегральний показник зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності (X_1)	a_1	$X_1 = P_{11} \cdot \lambda_{11} + P_{12} \cdot \lambda_{12} + P_{13} \cdot \lambda_{13} + P_{14} \cdot \lambda_{14} + P_{15} \cdot \lambda_{15} + P_{16} \cdot \lambda_{16} + P_{17} \cdot \lambda_{17} + P_{18} \cdot \lambda_{18} + P_{19} \cdot \lambda_{19} + P_{20} \cdot \lambda_{20}$	P_{11} – темп приросту кількості робочих місць;	λ_{11}
			P_{12} – рівень відповідності продукції підприємства міжнародним стандартам якості;	λ_{12}
			P_{13} – рівень дотримання чинного законодавства;	λ_{13}
			P_{14} – наявність нефінансової звітності;	λ_{14}
			P_{15} – коефіцієнт переробки відходів; рівень споживання природних ресурсів	λ_{15}
			P_{16} – інвестиції на виконання природоохоронних заходів	λ_{16}
			P_{17} – участь у соціальних програмах	λ_{17}
			P_{18} – коефіцієнт витрат на соціальну підтримку суспільства;	λ_{18}
			P_{19} – витрати на розвиток інноваційних процесів;	λ_{19}
			P_{20} – темпи росту обсягу соціальних інвестицій;	λ_{20}
2. Інтегральний показник внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності (X_2)	a_2	$X_2 = P_{21} \cdot \lambda_{21} + P_{22} \cdot \lambda_{22} + P_{23} \cdot \lambda_{23} + P_{24} \cdot \lambda_{24} + P_{25} \cdot \lambda_{25} + P_{26} \cdot \lambda_{26} + P_{27} \cdot \lambda_{27} + P_{28} \cdot \lambda_{28} + P_{29} \cdot \lambda_{29}$	P_{21} – темп зростання прибутку;	λ_{21}
			P_{22} – плавність кадрів;	λ_{22}
			P_{23} – наявність соціальних гарантій;	λ_{23}
			P_{24} – дотримання закону працівниками підприємства;	λ_{24}
			P_{25} – забезпечення норм охорони праці;	λ_{25}
			P_{26} – наявність соціального пакета;	λ_{26}
			P_{27} – коефіцієнт рівня освіти робітників;	λ_{27}
			P_{28} – витрати на НДДКР по застосуванню передових технологій;	λ_{28}
			P_{29} – темп зростання матеріально-технічної бази;	λ_{29}
Інтегральний показник рівня КСВ ($I_{КСВ}$)			$I_{КСВ} = a_1 \cdot X_1 + a_2 \cdot X_2$	

Джерело: Складено авторами

Підсумковий інтегральний показник рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства розраховується наступним чином:

$$I_{КСВ} = \sum_{i=1}^n \alpha_i \cdot X_i,$$

де X_i – інтегральні показники рівня впливу i -й складової оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства;

α_i – вагомість i -й складової оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємства.

По кожній із складових оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства ($i \in \overline{1, n}$) виділяють критерії оцінки X_{ij} ($j \in \overline{1, m}$).

Тоді, інтегральні показники оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності

підприємства з урахуванням відповідних критеріїв оцінки матимуть вигляд:

$$I_i = \sum_{j=1}^m \lambda_{ij} \cdot P_{ij},$$

де λ_{ij} – вагомість j -го критерію оцінки по i -й складовій оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства.

α_i , и λ_{ij} визначаються експертним шляхом таким чином, що:

$$\sum_{i=1}^n \beta_i = 1,$$

$$\sum_{j=1}^m \lambda_{ij} = 1.$$

У свою чергу P_{ij} характеризує вірогідність виникнення факторів, визначаються експертним методом [11].

В якості експертів виступали внутрішні та зовнішні стейкхолдери транспортних підприємств. Робота виконувалася експертами у декілька етапів:

- на першому етапі визначається значення показників корпоративної соціальної відповідальності підприємства у формі відносних нормованих вагових коефіцієнтів; (2)

- на другому етапі проводиться оцінка рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства за п'ятибальною системою оцінок, при цьому 5 - вірогідності виникнення найбільша, а 1 - вірогідності виникнення найменша.

Ступінь узгодженості експертів оцінюється за допомогою коефіцієнта конкордації Кендала:

$$W = \frac{12 \cdot S}{n^2 \cdot (m^3 - m)}, \quad (3)$$

де S – сума квадратів відхилень суми рангів кожного об'єкту експертизи від середнього арифметичного рангів;

n – число експертів;

m – число об'єктів експертизи.

При $0,4 \leq W < 0,6$ якість оцінки визнається задовільною [10].

Для здобуття інтерпретації рівня впливу показників корпоративної соціальної відповідальності підприємства [13] (табл. 3).

Таблиця 3 Відповідність значення інтегрального показника корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Якісна оцінка рівня КСВ	Інтервали оцінок	Змістовий опис
Низький	0,00–0,33	Низька мотивація підприємств для більш ефективних інвестицій капіталу, адже вони захищені від негативних впливів зовнішнього середовища
Середній	0,33–0,66	Характеризується регулюванням соціально-трудова відносин на рівні підприємства і значно меншою мірою на рівні галузі або регіону; переважно держава відіграє роль законодавця і регламентатора, а не регулятора. Активна роль держави щодо розвитку КСВ за рахунок законів, урядових постанов та програм.
Високий	0,66–1,00	Характеризується гарною обізнаністю громадськості з КСВ завдяки роботі медіа, університетів та неурядових організацій за підтримки міжнародних агенцій та мінімальної ролі держави. Характеризується розвитком інноваційних форм партнерства з КСВ; надання допомоги на проекти розвитку з урахуванням інтересів місцевої громади

Джерело: складено авторами

Висновки. Слід зазначити, що в умовах посиленого інформаційного тиску на різні групи стейкхолдерів має бути здійснений цілеспрямований та таргетований інформаційний супровід усіх програм. Відсутність інформування та/або вибір неправильних каналів комунікацій не дозволяє підприємствам отримати як позитивний репутаційний ефект від розвитку соціальних програм, так і сприяти покращенню економічних показників (за рахунок зростання лояльної аудиторії або розширення цільових аудиторій, більш дешевих джерел фінансування тощо).

Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність має бути включена та інтегрована

у всі бізнес-процеси підприємства, сприяючи рішенню завдань. У цьому контексті слід визнати, що запропонований підхід до оцінки КСВ підприємства слід проводити з погляду бізнесу та соціальних інвестицій. Даний метод приділяє увагу оцінці з боку держави та населення (забезпечення зайнятості населення; відносини з податковими службами; соціальні програми, які підтримують суспільство). Також важлива робота з контрагентами, оскільки успішне функціонування будь-якого підприємства ґрунтується на взаємодії з іншими підприємствами з галузі, суміжними корпораціями тощо.

Література:

1. Андріяш В., Верба С. Теоретичні підходи до змісту та сутності поняття «корпоративна соціальна відповідальність» *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління*. 2023. №2(68). С. 7-11. [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2023-2\(68\)-1](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2023-2(68)-1).
2. Бочарова Н.А. Інтегральна оцінка рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2018. Вип. 31. С. 45-62. <https://doi.org/10.30977/ETK.2225-2304.2018.31.0.45>.
3. Бриндзя О. Основні аспекти формування корпоративної соціальної відповідальності підприємств. *Галицький економічний вісник*. 2014. № 1. С. 77-81.
4. Ворона О. В. Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2010. № 30. С. 127-133.
5. Грицина Л. А. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств: зарубіжний та вітчизняний досвід. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 10(1). С. 99-102.
6. Дерев'яно, Т. А. Оцінка соціальної відповідальності та її використання в практиці підприємств. *Вісник Приазовського Державного Технічного Університету. Серія: Економічні науки*. 2017. №(34). С. 76-82. <https://doi.org/10.31498/2225-6725.34.2017.128902>.
7. Євдокимов Ф. І. Соціальний потенціал як функція інноваційної моделі економічного розвитку підприємства. *Маркетинг: теорія і практика*. 2008. № 14. URL: http://www.nbu.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Mtip.
8. Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники. *Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Технічний прогрес та ефективність виробництва*. 2013. № 46. С. 53-63.
9. Завадських Г. М., Лисак О. І., Тебенко В. М. Корпоративна соціальна відповідальність: формування та реалізація в Україні. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра*. 2023. № 2(48). С. 129-139.
10. Караєва Н. В. Формування стратегічних напрямів переходу до низьковуглецевого розвитку України на основі експертної оцінки. *Економічний вісник НТУУ «КПІ» : збірник наукових праць*. 2014. Вип. 11. С. 39-46.
11. Коляденко С. В., Чіков І. А. Інтегральна оцінка конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 10. С. 34-39. DOI: [10.32702/2306-6814.2021.10.34](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.10.34).
12. Письменна О.О. Інтегральна оцінка корпоративної соціальної відповідальності промислового підприємства. *Економіка і суспільство*. 2018. № 19. С. 548-554. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-19-84>.
13. Тижненко О. Г. Відображення R-оцінок рівня фінансового стану підприємства на вербально-числовій шкалі. *Бізнес Інформ*. 2021. № 6. С. 100-107.

References:

1. Andriiash V., Verba S. (2023) Teoretychni pidkhody do zmistu ta sutnosti poniattia «korporatyvna sotsialna vidpovidalnist» Naukovi pratsi Mizhrehionalnoi Akademii upravlinnia personalom. Politychni nauky ta publichne upravlinnia, №2(68), 7-11. [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2023-2\(68\)-1](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2023-2(68)-1).
2. Bocharova, N.A. (2018) Intehralna otsinka rivnia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstva. Ekonomika transportnoho kompleksu, №31, 45-62. <https://doi.org/10.30977/ETK.2225-2304.2018.31.0.45>.
3. Bryndzia, O. (2014) Osnovni aspekty formuvannia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstv. Halytskyi ekonomichnyi visnyk, № 1, 77-81.
4. Vorona, O. V. (2010) Metodychni pidkhody do otsinky rivnia sotsialnoi vidpovidalnosti. Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. № 30, 127-133.
5. Hrytsyna, L. A. (2016) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist pidpriemstv: zarubizhnyi ta vitchyzniani dosvid. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove gospodarstvo, № 10(1), 99-102.
6. Derevianko, T. A. (2017) Otsinka sotsialnoi vidpovidalnosti ta yii vykorystannia v praktytsi pidpriemstv. Visnyk Pryazovskoho Derzhavnogo Tekhnichnoho Universytetu. Serii: Ekonomichni nauky, №(34), 76-82. <https://doi.org/10.31498/2225-6725.34.2017.128902>.
7. Ievdokymov, F. I. (2008) Sotsialnyi potentsial yak funktsiia innovatsiinoi modeli ekonomichnoho rozvytku pidpriemstva. Marke ty nh: teoriia i praktyka, № 14. http://www.nbu.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Mtip.
8. Ievtushenko V. A. (2013) Otsinka korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: metody, obiekty, pokaznyky. Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KhPI". Tekhnichni prohres ta efektyvnist vyrobnytstva, № 46, 53-63.
9. Zavadskyykh, H. M., Lysak, O. I., Tebenko, V. M. (2023) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: formuvannia ta realizatsiia v Ukraini. Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnogo ahrotekhnolohichnoho universytetu imeni Dmytra, 2(48), 129-139.
10. Karaieva, N. V. (2014) Formuvannia stratehichnykh napriamiv perekhodu do nyzkovuhletsevoho rozvytku Ukrainy na osnovi ekspertnoi otsinky. Ekonomichnyi visnyk NTUU «KPI» : zbirnyk naukovykh prats. № 11, 39-46.
11. Koliadenko, S. V., Chikov, I. A. (2021) Intehralna otsinka konkurentospromozhnosti ahrarynykh pidpriemstv. Investytsii: praktyka ta dosvid, № 10, 34-39. DOI: [10.32702/2306-6814.2021.10.34](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.10.34).
12. Pysmennna, O.O. (2018) Intehralna otsinka korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti promyslovoho pidpriemstva. Ekonomika i suspilstvo, № 19, 548-554. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-19-84>.
13. Tyzhnenko, O. H. (2021) Vidobrazhennia R-otsinok rivnia finansovoho stanu pidpriemstva na verbalno-chyslovii shkali. Biznes Inform, № 6, 100-107.

