

УДК 65.011:656.2

**Панченко Н.Г.**, к.е.н., доцент,  
доцент кафедри економіки  
та управління виробничим і комерційним бізнесом  
*Український державний університет залізничного транспорту*

## МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

**Панченко Н.Г. Методика оцінювання рівня соціальної відповідальності залізничного транспорту.** У статті проаналізовано визнані світовою бізнес-елітою методики оцінки корпоративної соціальної відповідальності: фондові і нефондові індекси у сфері соціальної відповідальності та сталого розвитку. Вивчено особливості визначення індексу прозорості Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». Проаналізовано позиції ПАТ «Укрзалізниця» та регіональних філій у рейтингу за індексом прозорості. Визначено, що в таких тяжких фінансових умовах для залучення надійних партнерів та інвесторів для реалізації визначених у Стратегії розвитку ПАТ «Укрзалізниця» на 2017–2021 рр. стратегічних цілей та ініціатив у рамках кожної бізнес-вертикалі ПАТ «Укрзалізниця» потребує розроблення системи оцінювання рівня соціальної відповідальності. Розкрито методику оцінювання рівня соціальної відповідальності залізничного транспорту.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, залізничний транспорт, методичний підхід, напрями, оцінювання.

**Панченко Н.Н. Методика оценки уровня социальной ответственности железнодорожного транспорта.** В статье проанализированы признанные мировой бизнес-элитой методики оценки корпоративной социальной ответственности: фондовые и нефондовые индексы в сфере социальной ответственности и устойчивого развития. Изучены особенности определения индекса прозрачности Центра «Развитие корпоративной социальной ответственности». Проанализированы позиции ОАО «Укрзалізниця» и региональных филиалов в рейтинге индекса прозрачности. Определено, что в таких тяжелых финансовых условиях для привлечения надежных партнеров и инвесторов для реализации определенных в Стратегии развития ПАО «Укрзалізниця» на 2017-2021 гг. стратегических целей и инициатив в рамках каждой бизнес-вертикали ОАО «Укрзалізниця» требует разработки системы оценки уровня социальной ответственности. Раскрыта методика оценки уровня социальной ответственности железнодорожного транспорта.

**Ключевые слова:** социальная ответственность, железнодорожный транспорт, методический подход, направления, оценка.

**Panchenko N.N. Methodology for assessing the level of social responsibility of rail transport.** The article analyzes the recognized world business elite methodology for assessing corporate social responsibility: stock and non-fund indices in the field of social responsibility and sustainable development.

The features of the definition of the index of transparency of the Center "Development of Corporate Social Responsibility" were studied. The positions of PJSC "Ukrzaliznytsja" and regional affiliates in the rating on the index of transparency are analyzed. It has been determined that in such difficult financial conditions, for the purpose of attracting reliable partners and investors for the implementation of strategic goals and initiatives within the framework of each business vertical defined in the Strategy for the development of PJSC "Ukrzaliznytsja" for 2017–2021, PJSC "Ukrzaliznytsja" needs to develop an evaluation system level of social responsibility. Methodology for assessing the level of social responsibility of rail transport is outlined.

**Key words:** social responsibility, railway transport, methodical approach, directions, estimation.

**Постановка проблеми.** Жорсткі умови конкуренції сьогодні змішують компанії використовувати не лише економічні методи конкурентної боротьби, а й демонструвати власні цінності, норми і принципи поведінки на ринку, проявляючи, таким чином, своє ставлення до середовища функціонування і основних груп стейкхолдерів. Лише опікуючись питаннями розвитку суспільства у цілому, соціального забезпечення власних працівників, ураховуючи інтереси ділових партнерів і споживачів та дотримуючись екологічних та етичних принципів діяльності, компанія має змогу сформувати позитивну ділову репутацію і, відповідно, забезпечити зростання вартості власного бізнесу.

ПАТ «Укрзалізниця» є достатньо великою державною компанією, що реалізує транспортні послуги, задовольняючи тим самим потреби населення й економіки країни в перевезеннях. Переживаючи період реформації, ПАТ «Укрзалізниця» намагається якомога більше адаптувати галузь до прийнятих в Європі принципів ведення господарської діяльності. Одночасно з процесами корпоративізації в галузі відбувається впровадження принципів соціально відповідального господарювання. На жаль, вибраний керівництвом залізничного транспорту стратегічний підхід до корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку реалізується без чітко визначеної стратегії і механізмів реалізації соціальної відповідності галузі, що не забезпечує узгодження цілей-цінностей залізничного транспорту з основною групою його стейкхолдерів та, відповідно, негативно впливає на його конкурентні позиції. Сьогодні галузь потребує розроблення системи оцінювання соціальної відповідальності, яка б ураховувала специфіку діяльності залізничного транспорту і давала змогу оцінювати дійний стан справ у сфері соціально відповідального господарювання ПАТ «Укрзалізниця».

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Розробленню підходів до оцінювання рівня соціальної відповідальності підприємств різних галузей економіки, у тому числі залізничного транспорту, присвячено численні дослідження як вітчизняних, так і закордонних науковців. Особливий інтерес становлять праці таких учених, як: В.А. Бахметьєв, Н.А. Бочарова, О.В. Ворона, С.Ф. Гончаров, В.Л. Дикань, В.В. Компанієць, М.В. Корінь, Ф. Котлер, Н.А. Кричевський, Т.О. Плакасов, І.В. Токма-

кова, А.К. Щепиліна тощо [1–10]. Попри наявність значної кількості пропозицій щодо оцінювання рівня соціальної відповідальності в умовах зародження політики соціально відповідального господарювання на залізничному транспорті виникає необхідність у розробленні підходу до оцінювання рівня його розвитку в галузі, який би враховував значні для ПАТ «Укрзалізниця» напрями зростання в соціальній сфері.

**Постановка завдання.** Метою статті є аналіз наявних підходів та розкриття методики оцінювання рівня соціальної відповідальності залізничного транспорту.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Усвідомлюючи значимість реалізації корпоративних соціально відповідальних ініціатив для підтримки іміджу та інвестиційної привабливості компанії, сьогодні величезна кількість закордонних і вітчизняних підприємств залучається до оцінки власного рівня корпоративної соціальної відповідальності, приймаючи участь у різного роду дослідженнях рейтингових агентств та навіть самостійно розробляючи системи оцінки власного рівня соціальної відповідальності. Всесвітньовідомими є дослідження у сфері корпоративної соціальної відповідальності таких рейтингових агентств, як «Репутація», EcoVadis, Standard&Poor's, The Economist Intelligence Unit тощо. Цими та іншими авторитетними міжнародними організаціями і компаніями розроблено величезну кількість індексів та стандартів із корпоративної соціальної відповідальності. Найбільш визнаними у світі є такі стандарти корпоративної соціальної відповідальності, як стандарт AA1000, Кодекс ділової поведінки країн АТЕС, індекси стійкості та ефективності соціально екологічного рейтингового агентства Arese, система збалансованих показників (Balanced Business Scorecard), індекс стійкості Доу-Джонса, принципи Екуменічної ради з корпоративної відповідальності та Міжрелігійного центру з корпоративної відповідальності (ECCR/ICCR), Європейська модель досконалості Європейського фонду управління якістю, система EMAS, ініціатива з етичної торгівлі, «Еко-лейбл» Європейського Союзу, Лісова опікунська рада, індекси FTSE4Good, «Глобальні принципи Саллівана», стандарти ISO9000/ISO14000, стандарт SA8000 та «Природний крок» [11]. У рамках кожного із цих стандартів застосовуються власні

підходи до оцінювання корпоративної соціальної відповідальності підприємств, що відрізняються як набором критеріїв оцінювання, так методикою її виконання.

Серед найбільш визнаних світовим бізнесом методик оцінки корпоративної соціальної відповідальності є методики, що засновані на розрахунку фондових індексів у сфері соціальної відповідальності та сталого розвитку, так званих соціальних індексів. Особливою популярністю користуються Dow Jones Sustainability Index та FTSE4Good, що ґрунтуються на розрахунку значної кількості показників на основі даних анкетування, наданих кожною компанією, та служать основою для прийняття рішення про соціально відповідальне інвестування [12, с. 160–161]. Серед нефондових індексів особливою популярністю у світі користуються такі індекси, як Social Index by Danish Ministry of Social Affairs (SI), Bloomberg ESG (environmental, social and governance) 3000 global index, Corporate Philanthropy Index (CPI) та Environmental Sustainability Index (ESI).

В Україні з 2011 р. також проводиться оцінювання рівня соціальної відповідальності підприємств. Центром «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» в рамках проекту «Соціальна відповідальність державних органів влади» щорічно визначається Індекс прозорості сайтів 100 найбільших українських компаній. В основі Індексу покладено міжнародну методику, розроблену спільно Beyond Business (Ізраїль) та Центром «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», що оцінює такі аспекти корпоративної соціальної відповідальності українських підприємств, висвітлені на їх корпоративних сайтах, як звітність, зміст, навігація та доступність інформації щодо політик і результатів у сфері корпоративної соціальної відповідальності [13]. Протягом 2012–2016 рр. лідируючі позиції за Індексом прозорості серед 100 найбільших українських підприємств займали багатогалузева фінансово-промислова група «СКМ» (2012 р.), енергетичний холдинг «ДТЕК» (2013 р., 2016 р.) та металургійний комбінат ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» (2014–2016 р.). За результати оцінки індексу прозорості українських компаній у 2016 р. у ТОП-10 соціально відповідальних компаній входили такі провідні представники бізнесу в Україні, як багатогалузева фінансово-промислова група «СКМ», ПАТ «Концерн Галнафтогаз», ТОВ «Кернел Трейд», НАК «Нафтогаз», ПАТ «Миронівський хлібопродукт», ТОВ «САВ-Дістрибьюшн» («Фокстрот»), ДП «НАЕК «Енергоатом» та міжнародна вертикально інтегрована гірничо-металургійна група компаній «Метінвест» [13].

Діяльність у сфері соціальної відповідальності ПАТ «Укрзалізниця» та його регіональних філій також неодноразово піддавалася оцінці Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». Зокрема, у звітах Центру за 2012 та

2015–2016 рр. зустрічаються рейтинги підприємств залізничного транспорту за рівнем соціальної відповідальності. Так, згідно з даними дослідження за 2012 р., регіональні філії ПАТ «Укрзалізниця» мали досить низькі рейтинги за індексом прозорості. Найкращі позиції посідала регіональна філія «Львівська залізниця», зайнявши 43-є місце серед 109 підприємств, що приймали участь в оцінці, та отримавши оцінку рівня прозорості в 17,5% зі 100%. На 53-му місці опинилася регіональна філія «Південно-Західна залізниця» (індекс прозорості – 15,5%), на 67-му – регіональна філія «Придніпровська залізниця» (індекс прозорості – 13,5%), на 77-му – регіональна філія «Одеська залізниця» (індекс прозорості – 11%) та на 82-му місці – регіональна філія «Донецька залізниця» з індексом прозорості 10%. Найнижчими виявилися позиції регіональної філії «Південна залізниця», що зайняла 101-е місце в рейтингу підприємств та отримала індекс прозорості в 5,5% [14, с. 44–45].

За результатами оцінки індексу прозорості державних компаній у 2014–2015 рр. «Укрзалізниця» значно поліпшила свої рейтинги порівняно з попередніми роками. Набравши 21 бал у процесі оцінки, Державна адміністрація залізничного транспорту України опинилася у 2014 р. на 27-му місці в рейтингу. Регіональні філії також поліпшили свої показники в рейтингу Індексу прозорості державних компаній України. Зокрема, на той час Державне територіально-галузеве об'єднання «Львівська залізниця» (нині – регіональна філія «Львівська залізниця») з 37 балами зайняла шосте місце в рейтингу, ДП «Одеська залізниця» (нині – регіональна філія «Одеська залізниця») (35 балів) – восьме місце в рейтингу, ДП «Південна залізниця» (32 бали) – 10-е місце, Державне територіально-галузеве об'єднання «Південно-Західна залізниця» (28 балів) зайняло 16-е місце [15].

Завдяки поліпшенню рівня наповнюваності власного сайту та частковому висвітленню інформації щодо політики розвитку персоналу, охорони здоров'я і охорони праці працівників, а також корпоративних соціальних пріоритетів галузі ПАТ «Укрзалізниця» (на той час – Державна адміністрація залізничного транспорту України) у 2015 р. увійшла до 10 найпрозоріших державних підприємств, опинившись на восьмому місці з 41 балом у рейтингу [16].

У 2016 р. регіональні філії ПАТ «Укрзалізниця» значно знизили свої позиції за Індексом прозорості і корпоративної соціальної відповідальності українських компаній. Згідно з результатами моніторингу розвитку корпоративної соціальної відповідальності «Центру розвитку корпоративної соціальної відповідальності» за Індексом прозорості і корпоративної соціальної відповідальності регіональні філії ПАТ «Укрзалізниця» зайняли такі позиції: «Південна залізниця» (19 балів) – 29-е місце в рейтингу, «Південно-західна залізниця» (14 балів) –

44-е місце, «Львівська» та «Придніпровська» залізниця з 11 балами поділили 54-е місце, а «Одеська залізниця» з 10 балами посіла 63-є місце серед 100 найбільших українських підприємств за рівнем розвитку корпоративної соціальної відповідальності [13]. Погіршення рейтингів було викликано цілою низкою причин, найголовнішими серед яких варто виділити такі:

по-перше, погіршення у цілому рівня інформативності сайтів як регіональних філій, так і ПАТ «Укрзалізниця». Адже навіть в частині звітної інформації, що є обов'язковою для опублікування на офіційних сайтах підприємств, сайти ПАТ «Укрзалізниця» містять звітні дані лише за період із 2015 р. Беззаперечно, що поясненням цьому може бути те, що до цього періоду підприємство мало іншу організаційну форму діяльності;

по-друге, у галузі відсутній стратегічний підхід до реалізації корпоративної соціальної відповідальності, адже відсутня й стратегія корпоративної соціальної відповідальності і, відповідно, пріоритети галузі у цій сфері, вже не говорячи про політику щодо дотримання прав людини, відповідального маркетингу, охорони довкілля та сприяння розвитку громад (споживачів) тощо;

по-третє, негативний вплив на позиції ПАТ «Укрзалізниця» в індексі прозорості і корпоративної соціальної відповідальності мали і фінансово-економічні показники діяльності галузі, що протягом останніх років мали негативну динаміку, адже падіння обсягів перевезень означало для залізничного транспорту скорочення рівня доходів і, відповідно, погіршення соціальних показників розвитку.

Однак важливим аспектом у проведенні оцінки позицій ПАТ «Укрзалізниця» у сфері корпоративної соціальної відповідальності є й те, що залізничний транспорт – досить специфічна галузь, яка відзначається величезними масштабами діяльності компанії та значною кількістю зайнятих у ній працівників. Усе це накладає відбиток і на рівень соціальної відповідальності галузі, адже, по-перше, виступаючи інфраструктурною галуззю, залізничний транспорт впливає на економічний розвиток країни у цілому й окремо на кожного її громадянина як користувача транспортних послуг; по-друге, масштаби діяльності ПАТ «Укрзалізниця» як державної компанії багато в чому залежать і від рівня промислового розвитку країни, наявності попиту на внутрішньому ринку та рівня кваліфікації кожного громадянина. Саме тому варто вказати на те, що методика оцінювання прозорості і корпоративної соціальної відповідальності «Центру розвитку корпоративної соціальної відповідальності» має досить узагальнюючий характер і не відображає саме той рівень соціальних ініціатив, який дійсно реалізується на залізничному транспорті. Безумовно, що для порівняння обсягів діяльності державних компаній у сфері соціальної відповідності без урахування специфіки

діяльності кожної із них така методика є досить простою у використанні і дає змогу, головним чином, на основі інформації самої ж компанії, представленої на її офіційному сайті, проаналізувати інформаційну політику компанії з корпоративної соціальної відповідальності.

З утворенням ПАТ «Укрзалізниця» галузь нарешті запустила механізм реформування, орієнтований на підвищення ефективності функціонування та конкурентоспроможності залізничного транспорту на ринку перевезень. Однак через низку причин ті пріоритети, що визначені як стратегічні для сталого розвитку залізничного транспорту, реалізують або досить повільно, або взагалі залишаються «замороженими». Значною мірою їх невиконання є результатом відсутності власних фінансових ресурсів для розвитку та негативних інвестиційних позицій ПАТ «Укрзалізниця». За офіційними даними ПАТ «Укрзалізниця», станом на 2018 р., за оцінкою таких двох міжнародних рейтингових агентств, як Standard&Poors та Fitch, кредитний рейтинг залізничного транспорту України становить CCC+ та CCC відповідно, що свідчить про збереження переддефолтного стану галузі в результаті неповного виконання компанією зобов'язань перед кредиторами [17].

Головне завдання керівництва залізничного транспорту в таких тяжких фінансових умовах полягає у пошуку надійних партнерів та інвесторів для реалізації визначених у Стратегії розвитку ПАТ «Укрзалізниця» на 2017–2021 рр. стратегічних цілей та ініціатив у рамках кожної бізнес-вертикалі. Як засвідчує досвід розвинутих закордонних компаній, саме висвітлення їхніх пріоритетів і програм у сфері соціальної відповідальності є одним із найефективніших методів пошуку нових партнерів та інвесторів. Це підтверджується тим, що для будь-якого потенційного інвестора чи партнера вирішальне значення мають такі два аспекти: по-перше, інформаційна прозорість і відкритість компанії, що дадуть змогу реалізувати постійний контроль над реалізацією інвестиційних проектів; по-друге, етика і культура поведінки партнера, що дадуть змогу переконатися у його здатності до виконання прийнятих на себе зобов'язань і норм.

Однак висвітлення лише фінансової інформації вже недостатньо для відображення соціальних, еколого-економічних ініціатив компанії. Сьогодні більшість компаній для наглядного демонстрування рівня виконання стандартів з корпоративної соціальної відповідальності та заходів із реалізації екологічних і соціальних проектів розвитку використовують різного роду рейтинги чи власно розроблені методи оцінювання рівня соціальної відповідальності. За таких умов виникає потреба в оцінюванні рівня соціальної відповідальності залізничного транспорту, що зумовлює необхідність вивчення та розроблення спеціального підходу.



Аналіз підходів до оцінювання рівня соціальної відповідальності підприємств дав змогу встановити таке: по-перше, жодна із запропонованих науковцями методик оцінювання не носить універсального характеру, більшість із них адаптована до специфіки тієї галузі чи підприємства, які піддаються оцінці; по-друге, значна частина розробок ґрунтується на оцінюванні рівня соціальної відповідальності за складниками (економічним, соціальним, екологічним), що недостатньо враховує взаємовідносини компанії з діловими клієнтами та державою. При цьому складники оцінювання різняться залежно від мети оцінювання та специфіки діяльності компанії.

Взаємодіючи з різними групами стейкхолдерів (працівниками як членами колективу галузі та споживачами послуг, клієнтами як споживачами транспортних послуг, державою, профспілками, конкурентами, інвесторами, громадськими організаціями тощо), залізничний транспорт як специфічна галузь досить тісно взаємодіє зі стейкхолдерами, які, своєю чергою, і визначають зовнішнє та внутрішнє середовище функціонування галузі. Соціальна відповідальність залізничного транспорту передбачає:

- забезпечення клієнтів якісними інтегрованими транспортно-логістичними послугами за доступними тарифами;
- розвиток персоналу та рівня його соціального захисту;
- участь у реалізації державних та регіональних програм розвитку, реалізацію соціальних проектів на рівні галузі;
- дотримання екологічних норм та реалізацію екологічних проектів розвитку;
- розвиток компетенцій у сфері корпоративного управління та підтримку ділової репутації залізничного транспорту;
- створення умов для розвитку взаємовідносин із бізнес-середовищем (постачальниками, фінансово-кредитними та страховими установами, інвесторами та іншими бізнес-партнерами);
- збільшення відкритості ПАТ «Укрзалізниця» для суспільства, суспільних організацій та засобів масової інформації тощо.

Відповідно до цього, в основу методики оцінювання рівня соціальної відповідальності залізничного транспорту пропонується покласти комплексний підхід, що ґрунтується на розрахунку інтегрального показника, який урахує значення показників оцінювання рівня розвитку кожного напрямку соціальної відповідальності залізничного транспорту (рис. 1).

Розрахунок комплексного інтегрального показника оцінювання рівня соціальної відповідальності залізничного транспорту пропонується проводити за формулою:

$$I_{CB}^{3T} = \sqrt[3]{I_{як} \cdot I_{перс} \cdot I_{держ} \cdot I_{екол} \cdot I_{корп.упр} \cdot I_{бїзн.-сер} \cdot I_{сусп}}$$

де  $I_{як} \cdot I_{перс} \cdot I_{держ} \cdot I_{екол} \cdot I_{корп.упр} \cdot I_{бїзн.-сер} \cdot I_{сусп}$  – інтегральний показник, що характеризує рівень розвитку кожного з напрямів соціальної відповідальності залізничного транспорту, а саме забезпечення клієнтів якісними інтегрованими транспортно-логістичними послугами за доступними тарифами; розвиток персоналу та рівень його соціального захисту; участь у реалізації державних та регіональних програм розвитку; дотримання екологічних норм та реалізація екологічних проектів розвитку; рівень компетенцій у сфері корпоративного управління та ділову репутацію залізничного транспорту; розвиток взаємовідносин із бізнес-середовищем (постачальниками, фінансово-кредитними та страховими установами, інвесторами та іншими бізнес-партнерами); відкритість ПАТ «Укрзалізниця» для суспільства, суспільних організацій та засобів масової інформації.

Відповідно до цього, розрахунок інтегрального показника, що характеризує рівень розвитку кожного з напрямів соціальної відповідальності залізничного транспорту, проводиться так:

$$I_i^{CB} = \sum I_j \cdot \alpha_j, \quad (1)$$

де  $I_i^{CB}$  – інтегральний показник, що характеризує рівень розвитку окремого напрямку соціальної відповідальності залізничного транспорту;

$I_j$  – частковий показник інтегрального показника, що характеризує рівень розвитку відповідного напрямку соціальної відповідальності залізничного транспорту;

$\alpha_j$  – коефіцієнт вагомості часткового показника, що характеризує рівень розвитку відповідного напрямку соціальної відповідальності залізничного транспорту.

Варто зазначити, що використання цієї методики оцінювання рівня соціальної відповідальності залізничного транспорту дасть змогу не лише виявити вузькі місця у сфері соціально відповідального господарювання галузі, оцінивши основні його напрями реалізації, а й установити причини низької ефективності діяльності ПАТ «Укрзалізниця» у соціальній сфері, визначитися з пріоритетними заходами щодо забезпечення її розвитку.

**Висновки.** Таким чином, у статті розкрито методику оцінювання рівня соціальної відповідальності залізничного транспорту, що ґрунтується на розрахунку інтегрального показника, який урахує значення показників оцінювання рівня розвитку кожного напрямку соціальної відповідальності залізничного транспорту. Використання цієї методики дасть змогу не лише виявити вузькі місця у сфері соціально відповідального господарювання галузі, оцінивши основні його напрями реалізації, а й установити причини низької ефективності діяльності ПАТ «Укрзалізниця» у соціальній сфері, визначитися з пріоритетними заходами щодо забезпечення її розвитку.

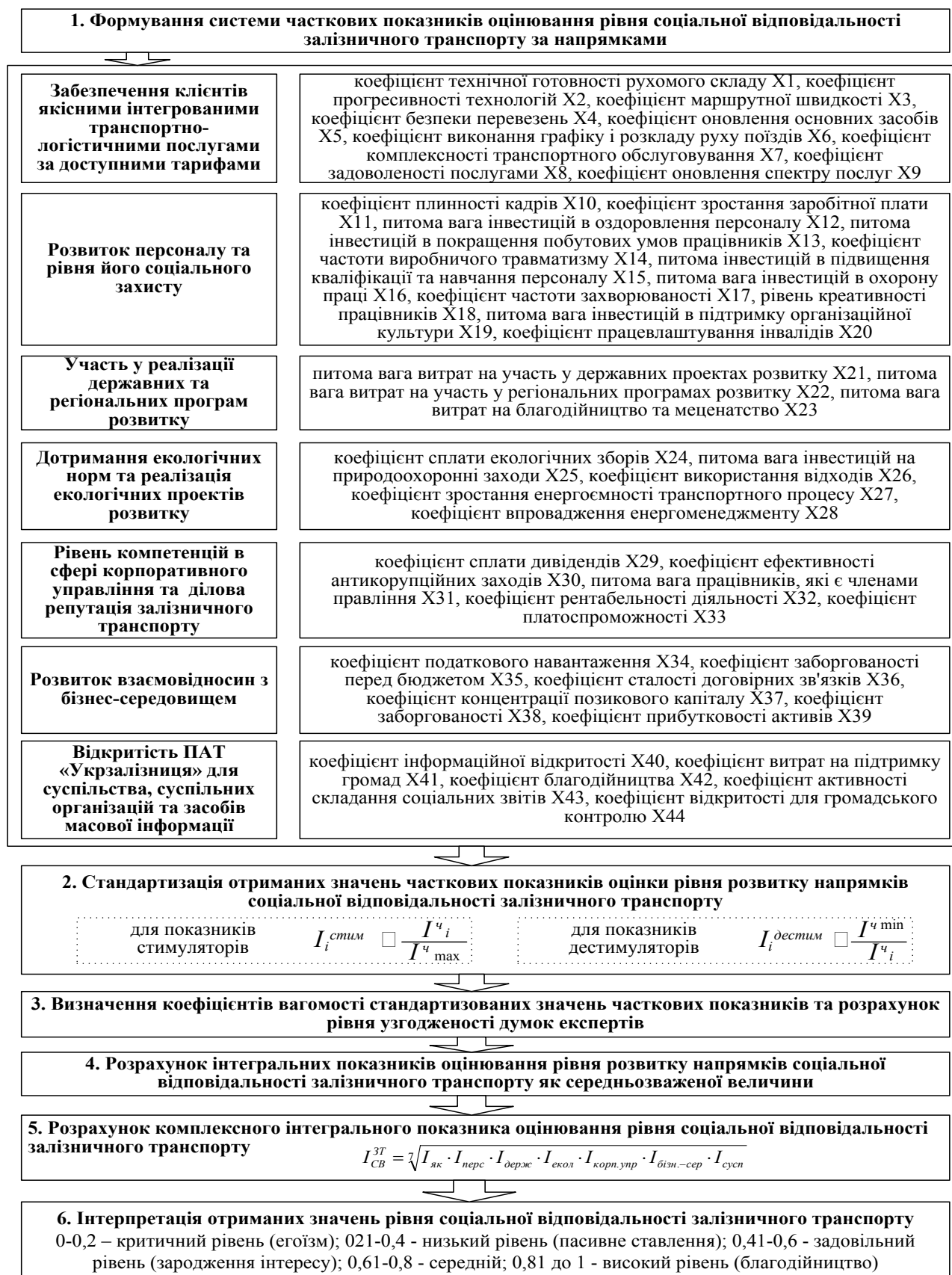


Рис. 1. Узагальнена схема методики оцінювання рівня соціальної відповідальності залізничного транспорту

**Список літератури:**

1. Бахметьев В.А. Методика оценки социальных инвестиций как инструмент социального менеджмента промышленных предприятий: дис. ... канд. экон. наук: спец.: 08.00.05. М., 2009. 140 с.
2. Бочарова Н.А., Щепиліна А.К. Показники рівня розвитку корпоративної соціальної відповідальності на авто-транспортних підприємствах. Економіка транспортного комплексу. 2017. Вип. 30. С. 85–99.
3. Ворона О.В. Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2010. № 30. С. 127–133.
4. Дикань В.Л., Калініченко Л.Л. Соціально-економічна модернізація залізничного транспорту України. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. 2012. № 38. С. 121–131.
5. Компанієць В.В. Соціальна відповідальність на залізничному транспорті України: щодо оцінки наслідків реформування та механізму забезпечення. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2016. № 55. С. 151–161.
6. Корінь М.В. Соціальний розвиток колективу ПАТ «Українська залізниця» в умовах реформування галузі: наслідки та елементи забезпечення. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2016. № 56. С. 97–104.
7. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для компанії і суспільства. К.: Стандарт, 2005. 302 с.
8. Кричевський Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. М.: Дашков и Ко, 2007. 216 с.
9. Плакасов Т.О. Эффективность инструментов корпоративной социальной ответственности: автореф. дис. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.05(1) – экономика и управление народным хозяйством (менеджмент). Москва, 2012. 22 с.
10. Токмакова І.В. Розвиток соціально-господарської відповідальності підприємств залізничного транспорту. Стратегії економічного розвитку: держава, регіон, підприємство: колективна монографія: у 2-х т.; за заг. ред. К.С. Шапошникова та ін. Херсон: Гельветика, 2015. Т. 1. С. 334–347.
11. Шелудько В.І. Корпоративна соціальна відповідальність необхідний чинник формування корпоративної стратегії. Міжнародний науковий журнал. 2016. № 5(3). С. 79–84.
12. Олійник О.О. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Рівне: НУВГП, 2016. 222 с.
13. Презентовано шостий індекс прозорості і КСВ українських компаній. URL: <http://csr-ua.info/csr-ukraine/article/transparency-index-2016-2/>. Назва з екрана.
14. Шкуліпа Л.В. Соціально відповідальні реструктуризація залізничного транспорту в Україні як провідна детермінанта в ССВЗТ. Проблеми економіки транспорту. 2012. Вип. 4. С. 44–50.
15. Індекс прозорості державних компаній України 2015 / Енергоатом. URL: [https://www.energoatom.kiev.ua/%2Ffiles/%2Ffile%2Ftransparency\\_index\\_2015.pdf&usg=AOvVaw28AxWP2RkUh-ShdDeMIPvz](https://www.energoatom.kiev.ua/%2Ffiles/%2Ffile%2Ftransparency_index_2015.pdf&usg=AOvVaw28AxWP2RkUh-ShdDeMIPvz). Назва з екрана.
16. Презентовано щорічний індекс прозорості державних компаній України. URL: <http://csr-ua.info/csr-ukraine/article/%D1%96%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81-%>. Назва з екрана.
17. Офіційний сайт ПАТ «Укрзалізниця». URL: <http://www.uz.gov.ua>. Назва з екрана.