

## **КОРПОРАЦІЯ СУСПІЛЬНОЇ ВИГОДИ (BENEFIT CORPORATION) ЯК НОВА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВА ФОРМА СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

***Васильчук І. П.***

З позиції неінституціональної теорії доведено, що зміна ландшафту соціального підприємництва під впливом екзогенних чинників призвела до необхідності їх інтерналізації. Ці тенденції проявилися у створенні нових гібридних форм організації, зокрема корпорації суспільної вигоди. На підставі аналізу публікацій розглянуто причини, через які соціальні підприємці вважають корпорації суспільної вигоди привабливими для реалізації корпоративної соціальної відповідальності: формулювання і забезпечення подвійної місії, розширення фінансових потоків, брендинг підприємства і забезпечення сталого розвитку.

Досліджено основні характеристики нової організаційної форми соціального підприємства та виділено найбільш важливі: можливість досягати одночасно фінансових і нефінансових цілей, розширення фідучіарних обов'язків директорів, прозорість, підзвітність.

*Ключові слова:* корпорація суспільної вигоди, гібридна організаційно-правова форма, соціальне підприємство, фінансові та нефінансові цілі, сталий розвиток.

.....

## **КОРПОРАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОЙ ВЫГОДЫ (BENEFIT CORPORATION) КАК НОВАЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВАЯ ФОРМА СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

***Васильчук И. П.***

С позиции неинституциональной теории доказано, что изменение ландшафта социального предпринимательства под влиянием экзогенных факторов привело к необходимости их интернализации. Эти тенденции проявились в создании новых гибридных форм организации, в частности корпорации общественной выгоды. На основании анализа публикаций рассмотрены причины, по которым социальные предприниматели считают корпорации общественной выгоды привлекательными для реализации корпоративной социальной ответственности: формулирование и обеспечение двойной миссии, расширение финансовых потоков, брендинг предприятия и обеспечение устойчивого развития.

Исследованы основные характеристики новой организационной формы социального предприятия и выделены наиболее важные: возможность достигать одновременно финансовых и нефинансовых целей, расширение фидуциарных обязанностей директоров, прозрачность, подотчетность.

*Ключевые слова:* корпорация общественной выгоды, гибридная организационно-правовая форма, социальное предприятие, финансовые и нефинансовые цели, устойчивое развитие.

## BENEFIT CORPORATION AS A NEW ORGANIZATIONAL AND LEGAL FORM OF SOCIALLY RESPONSIBLE ENTREPRENEURSHIP

I. Vasylichuk

The change in the landscape of social entrepreneurship caused by the exogenous factors was proved, in terms of the neo-institutional theory, to have caused the necessity of their internalization. These tendencies became apparent in the development of new hybrid forms of organization, particularly the benefit corporation. Based on the review of the literature, the reasons, why social entrepreneurs consider benefit corporations to be an attractive form for the realization of corporate social responsibility, namely: formulating and securing a dual mission, enlargement of financial flows, improvement of corporate branding and ensuring sustainable development, have been discussed.

The main characteristics of the new organizational form of social enterprise have been examined and the most important of them have been emphasized: the capability to achieve financial and non-financial targets simultaneously, broadening of directors' fiduciary duties, transparency and accountability.

*Keywords:* benefit corporation, hybrid organizational and legal form, social enterprise, financial and non-financial targets, sustainable development.

Бурхливий розвиток соціального підприємництва в останні роки, зумовлений поширенням ідеології соціальної відповідальності бізнесу, призвів до появи нових гібридних форм соціальних організацій. Мета створення гібридних форм – полегшити соціальним підприємцям виконання соціальної місії за рахунок розширення їх можливостей щодо комерційної діяльності та джерел фінансування. Найбільш інноваційною організаційною формою, що узаконена у США, є корпорація суспільної вигоди (англ. *Benefit Corporation*). Основна ідея нового організаційного утворення – об'єднати комерційні (максимізація прибутку) та некомерційні (створення суспільного блага) інтереси діяльності соціально відповідальних організацій, а також надати законного статусу подвійній місії, на виконання якої спрямована діяльність директорів і менеджерів.

За статистикою, понад 30 юрисдикцій у США змінили традиційну хартію, щоб дозволити директорам враховувати інші цілі та чинники, ніж інтереси акціонерів. Проте на кінець 2013 року 17 штатів, у тому числі Каліфорнія, Гаваї, Іллінойс, Луїзіана, Меріленд, Массачусетс, Нью-Джерсі, Нью-Йорк, Пенсільванія, Південна Кароліна, Вермонт, Вірджинія та інші, легалізували нову організаційно-правову форму – формат корпорації суспільної вигоди для нових та існуючих корпорацій [1].

В Україні також поступово змінюється усвідомлення соціально відповідальної поведінки як серед широкого загалу громадян, так і серед підприємців, що актуалізує потребу в дослідженні досвіду передових країн щодо найкращих практик ведення соціально відповідального бізнесу.

Проблематика дослідження нових організаційних утворень соціально відповідального бізнесу та соціального підприємництва ще не увійшла до широкого наукового дискурсу і перебуває на стадії обговорення серед практиків, благодійників та журналістів публіцистичних і практично

орієнтованих фахових видань. Оскільки існування нових форм організаційно-правового устрою соціальних підприємств має нетривалу історію – декілька останніх років у післякризовий період, то й наукових публікацій із зазначеної тематики налічується не так уже й багато. Серед закордонних дослідників, які займаються правовими та фінансовими аспектами створення і функціонування гібридних форм організацій, слід виділити таких, як: Р. Андре [2], Д. Брекман Рейзер [3], Б. Каммінгс [4], Б. Халсі, С. Томкович, Дж. Халсі [5], та інших науковців. У Росії та Україні проблеми створення, функціонування і фінансування діяльності соціальних підприємств обговорюються переважно на шпальтах ділових друкованих та Інтернет-видань.

Мета статті – дослідити особливості та переваги нової організаційної форми – корпорації суспільної вигоди (*Benefit Corporation*); виявити причини, через які соціальні підприємці вважають корпорації суспільної вигоди привабливими для реалізації корпоративної соціальної відповідальності; пояснити появу нових гібридних форм організацій соціального підприємництва з позиції неоніституціональної економічної теорії.

Для формування більш повного уявлення про сутність, переваги та недоліки нової організаційної форми – корпорації суспільної вигоди – слід звернутися до огляду публікацій. Зокрема, Р. Андре розглядає корпорації суспільної вигоди як засіб реалізації корпоративної соціальної відповідальності і як нову вдалу правову форму управління публічними організаціями соціального сектору економіки. У його розумінні новий тип організацій належить до корпоративно-центричних організацій "четвертого сектору" економіки [6]. Метою нової форми корпорації є підвищення корпоративної соціальної відповідальності за рахунок надання правового захисту керівництву, яке бажає одночасно максимізувати дохід акціонерів та вирішувати соціальні й еко-

логічні завдання [2, с. 133]. Щодо місії корпорації суспільної вигоди, дослідник зазначає, що вона має декілька місій, перелік яких може бути визначений статутом згідно із законодавством юрисдикції, де зареєстрована корпорація. Проте узагальнено місія корпорації може бути сформульована так: досягти успіху (наприклад, отримання прибутку), роблячи добро (наприклад, шляхом підвищення корпоративної соціальної відповідальності), і в процесі її реалізації враховувати також інтереси зацікавлених осіб, окрім акціонерів [2, с. 138]. Продовжуючи дискусію, Д. Брекман Рейзер (Brakman Reiser D., 2011) аргументує, що засновники громадських підприємств вважають, що прибуток і соціальне благо можуть бути вироблені в тандемі, і хочуть створювати організації, які будуть переслідувати цю подвійну місію. Проте, на її думку, соціальні підприємства стикатимуться з перешкодами у формулюванні та реалізації подвійної місії, якщо вони будуть засновані у формі або традиційної некомерційної, або традиційної комерційної організації. Тому проблеми соціальних підприємств може вирішити нова організаційна форма – корпорація суспільної вигоди [3, с. 591]. Науковець виділяє основні особливості цієї організаційної форми: окремий статут, створення суспільної вигоди, права та обов'язки директорів, оцінювання результатів діяльності на основі стандартів "третьої сторони" [3, с. 595–604]. Б. Каммінгс (Cummings B. 2012) звертає увагу на найголовнішу відмінність корпорації суспільної вигоди від традиційної корпорації – це законом визначене зобов'язання сприяти суспільним інтересам [4, с. 580]. Б. Халсі, С. Томкович, Дж. Халсі (Halsey B. J., Tomkowicz S., Halsey J., 2013) розглядають формат корпорації суспільної вигоди з позиції фінансових аналітиків та інвесторів і наголошують на такій особливості, за якою акції корпорації суспільної вигоди можуть публічно торгуватися на фондових майданчиках або може бути здійснене приватне розміщення. Окрім цього, автори стурбовані тим, що новий статут з розширеними фідучіарними обов'язками директорів може створювати проблему для інвесторів і професійних консультантів. На їх переконання, той факт, що директорат має враховувати не тільки інтереси акціонерів, а й інших зацікавлених осіб, і спрямовувати кошти та зусилля не тільки на максимізацію прибутку, а й на інші цілі, може створювати спокосу ігнорувати інтереси акціонерів. Крім того, імунітет на окремі позови може дозволити менеджменту виправдовувати свої невдалі управлінські рішення, які призведуть до недоотримання прибутків та загрози втрати акціонерної вартості, мотивуючи їх урахуванням інтересів інших зацікавлених осіб. Ще однією загрозою може бути використання менеджментом нового організаційного формату як маркетингового ходу, що має прикрити дії директорів [5, с. 75–78].

На думку автора, розглянута ситуація з появою гібридних форм організацій може бути пояснена з позиції неоінституціональної економічної теорії, згідно з якою зміна зовнішнього середовища (екзогенні чинники) може призвести до вибору нової форми контрактиції, на чому наголошував Т. Еггертссон [7, с. 70]. Дійсно, зміна ландшафту соціального підприємництва під впливом екзогенних чинників призвела до необхідності їх інтерналізації, що певною мірою проявилось у створенні нових гібридних форм. Відповідно юридично визнана гібридна форма організації призвела і до зміни контрактних відносин, як експліцитних, прописаних законодавчо та закріплених у статутах, так і імпліцитних, які регулюють етичну поведінку та моральні норми. У свою чергу, зміна організаційної форми впливає і на зміну режиму прав власності. Зокрема, в основу гібридної форми

організації покладено стейкхолдерський підхід, за якого рівноважливими є інтереси як акціонерів (фінансових стейкхолдерів), так і інших зацікавлених осіб (нефінансових стейкхолдерів). Водночас згідно з неоінституціональною теорією, структура прав власності впливає на економічний результат. Тому гібридна форми організації соціальних підприємств та пов'язані з нею структура (режим) прав власності визначають економічний результат діяльності й особливості його розподілу між усіма стейкхолдерами. Підтвердженням цього є досягнення цілей подвійної місії – отримання позитивних фінансових результатів та соціального ефекту.

Засновники руху "BCorp" характеризують корпорацію суспільної вигоди як гнучку юридичну особу, яка створена для задоволення потреб підприємств та інвесторів і, в кінцевому рахунку, широкої громадськості. Згідно з наведеним на сайті "BCorp" визначенням, "...корпорація суспільної вигоди є новий клас корпорації, яка: 1) створює матеріальний позитивний вплив на суспільство і навколишнє середовище; 2) розширює фідучіарні обов'язки вимагати розгляду нефінансових інтересів при прийнятті рішень і 3) звітує про свою загальну соціальну та екологічну діяльність з використанням визнаних стандартів третіх осіб" [8].

Основними характеристиками корпорації суспільної вигоди є:

1. Мета:
  - вона повинна створити загальний позитивний ефект для суспільств;
  - вона має право назвати конкретні дані щодо досягнення суспільно корисних цілей (наприклад, 50 % прибутку на благодійність);
  - створення суспільного блага в інтересах корпорації суспільної вигоди.
2. Обов'язки:
  - в обов'язок директорів входить прийняття рішень в інтересах корпорації;
  - директори та посадові особи повинні враховувати ефект впливу від прийнятих рішень на всіх зацікавлених осіб: акціонерів, співробітників, постачальників, клієнтів, місцеву спільноту, навколишнє середовище.
3. Прозорість:
  - публікує щорічні звіти відповідно до визнаних стандартів сторонніх осіб для визначення, звітування й оцінювання соціальних та екологічних показників.
4. Підзвітність:
  - керівництво корпорації обов'язково є підзвітним:
    - 1) усім акціонерам;
    - 2) широкому загалу громадськості через загальнодоступний веб-сайт з оприлюдненням інформації про виконання місії.
5. Право на позов:
  - тільки акціонери і директори мають право на позов;
  - право на позов може бути використане в разі:
    - 1) порушення або неуспіху в досягненні загальної або конкретної суспільної користі;
    - 2) порушення обов'язків або стандартів поведінки.
6. Зміна управління / Призначення:
  - ухвалення рішення вимагає мінімальної кількості голосів, яка є 2/3 голосів у більшості штатів або трохи вищою в декількох штатах.
7. Оподаткування:
  - корпорації суспільної вигоди оподатковуються за загальними правилами та нормами для традиційних корпорацій, прийнятих у відповідному штаті [1].

Заслуговує на увагу більш детальний розгляд основних, на думку автора, найбільш важливих характерних особливостей нової організаційної форми. Насамперед, головна, проголошена в більшості статутів мета створення корпорації суспільної вигоди заради "загального суспільного блага" уточнюється переліком специфічних суспільних вигід, тобто існує підпорядкування цілей. До них відносять, зокрема: сприяння поліпшенню економічних можливостей окремих осіб або громади шляхом створення робочих місць у ході звичайного бізнесу; збереження (поліпшення) навколишнього середовища; покращення здоров'я людей; сприяння культурі, науці або просуванню знань; збільшення потоків капіталу для юридичних осіб, виконання з метою забезпечення суспільної користі; створення будь-якого іншого конкретного блага для суспільства і навколишнього середовища тощо [2, с. 137; 3, с. 597–598]. Проте загальні та специфічні суспільні вигоди можуть бути сформульовані на додаток до інших цілей, для досягнення яких корпорація може бути створена, і ці суспільні вигоди можуть, але це не обов'язково, обмежити більш традиційні бізнес-цілі.

З викладеного випливає, що, по-перше, корпорація суспільної вигоди має ієрархію цілей та їх широкий спектр (багатоцільовий характер місії); по-друге, різноманітність цілей – фінансових і нефінансових – досить часто провокує конфлікти між ними, тому мистецтвом менеджера буде знайти відповідний компроміс та баланс.

Важливу особливістю устрою корпорації суспільної вигоди, на думку автора, є інкорпорування в управління моделі зацікавлених осіб (стейкхолдерський підхід). У більшості штатів США в Типовому законодавстві щодо корпорацій суспільної вигоди визначено перелік зацікавлених осіб, інтереси яких мають бути враховані в процесі прийняття рішень щодо досягнення статутних цілей. Так, керівництво корпорації повинне приймати рішення та "враховувати вплив своєї діяльності або бездіяльності, зважаючи на: 1) акціонерів корпорації; 2) співробітників і працівників корпорації, її дочірніх філіалів і її постачальників; 3) клієнтів у якості бенефіціарів загальної суспільної користі чи конкретних суспільно корисних цілей корпорації суспільної вигоди; 4) місцевої громади та соціуму територіального округу, в якому розташовані офіси корпорації та виробничі приміщення; 5) місцеве та глобальне навколишнє середовище; 6) короткострокові та довгострокові інтереси корпорації суспільної вигоди, в тому числі будь-які вигоди, які може отримати корпорація від своїх довгострокових планів, і можливість того, що ці інтереси можуть найкраще слугувати незалежності корпорації суспільної вигоди; 7) здатність корпорації досягти своєї головної мети щодо загального суспільного блага і будь-якої конкретної мети щодо суспільної користі" [9]. Типове законодавство також дозволяє директорам розглянути інші актуальні чинники чи інтереси будь-якої іншої групи, яку керівництво визнає доречною. Інкорпорування моделі зацікавлених осіб є важливою рисою, відмінною від статутів традиційних корпорацій, у яких урахування інтересів інших зацікавлених осіб, крім акціонерів, має дозвільний характер, у той час як у статутах корпорацій суспільної вигоди відповідно до Типового законодавства воно є обов'язковим. Важливо відзначити, що акціонери є однією групою із широкого кола зацікавлених осіб, чий інтерес директори корпорації суспільної вигоди зобов'язані розглянути. Фактично вони вказані першими і мають право подати позов проти корпорації або її директорів. Таким чином, керівники корпорацій суспільної вигоди не можуть просто проігнору-

вати фінансових стейкхолдерів у досягненні їх статутної мети. Перш за все, вони повинні враховувати інтереси акціонерів як фінансових стейкхолдерів, але разом із врахуванням інтересів інших стейкхолдерів або не завдаючи шкоди їхнім інтересам.

На новий рівень у статутах корпорацій суспільної вигоди піднято прозорість та підзвітність діяльності акціонерам та широкому загалу. Згідно з Типовим законодавством кожна корпорація суспільної вигоди зобов'язана оприлюднювати щорічний звіт про результати своєї діяльності, який включає оцінювання в цілому соціальних і екологічних показників, здійснене відповідно до стандартів незалежних оцінювачів (третьої сторони). Ця вимога прозорості призначена для того, щоб допомогти корпорації суспільної вигоди, її директорам, акціонерам і широкій громадськості визначити, чи досягла корпорація своїх статутних цілей щодо створення матеріального позитивного впливу на суспільство і навколишнє середовище, які розглядаються в єдиній цілісності, на основі стандартів незалежного оцінювача [8].

Слід підкреслити, що на законодавчому рівні не визначається конкретна сутність поняття "матеріальний позитивний вплив" для корпорації. Кожна корпорація суспільної вигоди інтерпретує матеріальний позитивний вплив самостійно і для себе визначає його в переліку статутних специфічних цілей. Для оцінювання досягнення цих специфічних цілей та створення позитивного матеріального блага і використовують стандарти третьої сторони. Стандарт третьої сторони визначається Типовим законодавством як стандарт для визначення, складання звітності та оцінювання загальної корпоративної соціальної та екологічної результативності. Необхідно відзначити, що держава не регулює аспект вибору прийнятного Стандарту незалежного оцінювача і не зобов'язує обирати певного оцінювача. Вибір залежить лише від керівництва корпорації та її акціонерів. Крім того, немає нормативної вимоги щодо оприлюднення в щорічному звіті аудиторського висновку третьої сторони. Вимогою є складання звітів згідно з критеріями, що містяться у вибраних стандартах, наприклад, "B Impact Assessment", згідно з вимогами незалежної неурядової організації "B Lab" [8].

Згідно зі статутом кожна корпорація суспільної вигоди має оприлюднити інформацію чотирьох типів: вимірювання результативності бізнесу (фінансові та нефінансові показники), оцінювання впливу чинників на результативність; ідентифікація осіб, які розвивають і контролюють зміни, що здійснюються задля досягнення вимог стандартів, і опис процесів, через здійснення яких ці зміни досягаються [3, с. 601]. По суті, можна підсумувати, що складання щорічних звітів корпораціями суспільної вигоди має здійснюватися за типом інтегрованої звітності (англ. *Integrating Reporting*). Звіти мають бути створені і оприлюднені у вигляді Web-звіту на сайті корпорації.

Узагальнюючи викладені особливості діяльності корпорації суспільної вигоди, доцільно навести думку Д. Брекман Рейзер, яка резюмує, що корпорація значно відрізняється від традиційних форм організації комерційних, некомерційних підприємств та інших гібридних форм устрою соціальних підприємств. Зберігаючи традиційні бізнес-цілі і додавши вимогу щодо створення загального суспільного блага, такий формат корпорації дозволяє компаніям досягати подвійної місії у створенні як прибутку, так і соціального блага [3, с. 606]. Д. Брекман Рейзер виділяє чотири причини, через які соціальні підприємці вважають корпорації суспільної вигоди привабливими для

реалізації корпоративної соціальної відповідальності: формування і забезпечення подвійної місії, розширення фінансових потоків, брендинг підприємства і забезпечення стійкості [3, с. 607].

На думку автора, відмінною рисою корпорації суспільної вигоди можна назвати підвищення ефективності в досягненні статутних цілей, зокрема нефінансових, що підтверджується оцінюванням результативності соціально значущої діяльності за стандартами третьої сторони.

Ще однією важливою особливістю і перевагою корпорації суспільної вигоди, яка ґрунтується на розглянутих перевагах, є можливість не тільки позиціонувати, але й реально бути корпорацією, що дотримується і забезпечує сталий розвиток (англ. *Sustainable Corporation*). При цьому корпорація може обрати для себе різний формат забезпечення сталого розвитку і корпоративної соціальної відповідальності залежно від виду та напрямів діяльності, визначеної місії та цінностей, але прийняття і дотримання фінансових та нефінансових цілей відкриває нові можливості щодо майбутнього сталого розвитку.

Узагальнюючи вищевикладені аргументи, слід зазначити, що: по-перше, нова гібридна форма на сьогодні є найбільш вдалою формою організації соціальних підприємств, оскільки забезпечує законні можливості для виконання подвійної місії та сприяє розвитку корпоративної соціальної відповідальності; по-друге, забезпечує прозорість, неупередженість та підзвітність широкому загалу, а не тільки акціонерам; по-третє, створює нові можливості для розвитку соціальної економіки і фінансів за рахунок розширення спектру соціально відповідальних інвестицій; по-четверте, як усіляка інновація має своїх прихильників і опонентів, а її ефективність може бути доведена лише з часом. Таким чином, корпорація суспільної вигоди дійсно є інноваційною організаційно-правовою формою соціального підприємства, практичний досвід створення якої може бути цікавим і для вітчизняних підприємств.

Подальші дослідження в цьому напрямі потребують оцінювання закордонного досвіду щодо доцільності впровадження нових організаційних форм у вітчизняну практику за допомогою методів компаративного аналізу; формування методологічних засад дослідження гібридних форм організації підприємства, що переслідують подвійну місію, на основі методологічного плюралізму та розробки методичного обґрунтування форм підконтрольності та підзвітності корпорацій.

**Література:** 1. Benefit\_corporation [Electronic resource]. – Access mode : [http://en.wikipedia.org/wiki/Benefit\\_corporation](http://en.wikipedia.org/wiki/Benefit_corporation). 2. Andre R. Assessing the Accountability of the Benefit Corporation: Will This New Gray Sector Organization Enhance Corporate Social Responsibility? / R. Andre // Journal of Business Ethics. – 2012. – Vol. 110. – P. 133–150. 3. Brakman Reiser D. Benefit Corporation – a Sustainable Form of Organizations? / D. Brakman Reiser // Wake Forest Law Review. – 2011. – Vol. 46. – P. 591–625. 4. Cummings B. Note: Benefit Corporation: How to Enforce a Mandate to Promote the Public Interest / B. Cummings // Columbia Law Review. – 2012. – Vol. 112:587. – P. 578–627. 5. Halsey B. J. Benefit Corporation Concerns for Financial Service Professionals / B. J. Halsey, S. Tomkiewicz, J. Halsey // Journal of Financial Service Professionals. – 2013. – January. – P. 74–82. 6. Васильчук І. П. Соціалізація фінансів під впливом парадигми сталого розвитку [Електронний

ресурс] / І. П. Васильчук // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". – 2014. – № 3. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2881>. 7. Эггертссон Т. Экономическое поведение и институты / Т. Эггертссон ; пер. с англ. – М. : Дело, 2001. – 408 с. 8. Benefit Corporations [Electronic resource]. – Access mode : <http://info@benefitcorp.net>. 9. Benefit Corporations: For directors [Electronic resource]. – Access mode : <http://benefitcorp.net/for-directors/guidance-considering-stakeholder-interests>.

**References:** 1. Benefit\_corporation [Electronic resource] / Access mode : [http://en.wikipedia.org/wiki/Benefit\\_corporation](http://en.wikipedia.org/wiki/Benefit_corporation). 2. Andre R. Assessing the Accountability of the Benefit Corporation: Will This New Gray Sector Organization Enhance Corporate Social Responsibility? / R. Andre // Journal of Business Ethics. – 2012. – Vol. 110. – P. 133–150. 3. Brakman Reiser D. Benefit Corporation – a Sustainable Form of Organizations? / D. Brakman Reiser // Wake Forest Law Review. – 2011. – Vol. 46. – P. 591–625. 4. Cummings B. Note: Benefit Corporation: How to Enforce a Mandate to Promote the Public Interest / B. Cummings // Columbia Law Review. – 2012. – Vol. 112:587. – P. 578–627. 5. Halsey B. J. Benefit Corporation Concerns for Financial Service Professionals / B. J. Halsey, S. Tomkiewicz, J. Halsey // Journal of Financial Service Professionals. – 2013. – January. – P. 74–82. 6. Vasylychuk I. P. *Sotsializatsiia finansiv pid vplyvom paradihmy staloho rozvytku* [Social Finance under Influence of Sustainable Development Paradigm] [Electronic resource] / I. P. Vasylychuk // Elektronne naukove fakhove vydannia "Efektyvna ekonomika". – 2014. – No. 3. – Access mode : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2881>. 7. Eggertsson T. *Ekonomicheskoe povedenie i instituty* [Economic Behavior and Institutions] / T. Eggertsson ; per. s angl. – М. : Delo, 2001. – 408 p. 8. Benefit Corporations [Electronic resource]. – Access mode : <http://info@benefitcorp.net>. 9. Benefit Corporations: For directors [Electronic resource]. – Access mode : <http://benefitcorp.net/for-directors/guidance-considering-stakeholder-interests>.

## Інформація про автора

**Васильчук Ірина Петрівна** – канд. екон. наук, доцент, докторант кафедри менеджменту банківської діяльності Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана (03680, Україна, м. Київ, пр. Перемоги, 54/1, e-mail: [vasylchuk-irina@rambler.ru](mailto:vasylchuk-irina@rambler.ru)).

## Інформація об авторе

**Васильчук Ірина Петровна** – канд. екон. наук, доцент, докторант кафедри менеджменту банківської діяльності Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана (03680, Україна, г. Киев, пр. Победы, 54/1, e-mail: [vasylchuk-irina@rambler.ru](mailto:vasylchuk-irina@rambler.ru)).

## Information about the author

**I. Vasylychuk** – PhD in Economics, Associate Professor, doctoral student of the Department of Banking Management of Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman (54/1 Peremohy Ave., 03680, Kyiv, Ukraine, e-mail: [vasylchuk-irina@rambler.ru](mailto:vasylchuk-irina@rambler.ru)).

Стаття надійшла до ред.  
24.11.2014 р.