

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 330.1:330.3]:339.9

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-2-2>

Кицюк І.В.

кандидат економічних наук,
докторантка кафедри міжнародних
економічних відносин та управління проектами
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Kytsyuk Iryna

Ph.D. in Economics,
Doctoral Candidate at the Department
of International Economic Relations and Project Management
Lesya Ukrainka Eastern European National University

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ БІЗНЕСУ В ГЛОБАЛЬНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND COMPETITIVE ADVANTAGES OF BUSINESS IN THE GLOBAL ECONOMIC ENVIRONMENT

Протягом останніх років все більша увага світової спільноти приділяється важливості сталого розвитку. Дотримуємося думки, що бізнес є одним із основних драйверів сталого розвитку. Зокрема, у статті зазначається, що сталий розвиток суспільства базується в тому числі на корпоративній соціальній відповідальності (КСВ). Адже динамічний розвиток та зростання невизначеності в глобальному економічному середовищі вимагають від суб'єктів господарювання конкурентних переваг нового рівня. У статті обґрунтовано вплив корпоративної соціальної відповідальності на розвиток інноваційності і конкурентоспроможності бізнесу. Висвітлено глобальні тренди розвитку корпоративної соціальної відповідальності протягом останніх років. Особливу увагу приділено розгляду основних міжнародних ініціатив, спрямованих на формування та розвиток корпоративної соціальної відповідальності.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна відповідальність, сталий розвиток, корпоративна репутація, конкурентні переваги бізнесу, глобальне економічне середовище.

В последние годы все большее внимание мирового сообщества уделяется важности устойчивого развития. Придерживаемся мнения, что бизнес является одним из основных драйверов устойчивого развития. В частности, в статье отмечается, что устойчивое развитие общества базируется в том числе на корпоративной социальной ответственности (КСО). Ведь динамичное развитие и рост неопределенности в глобальной экономической среде требуют от субъектов хозяйствования конкурентных преимуществ нового уровня. В статье обосновано влияние корпоративной социальной ответственности на развитие инновационности и конкурентоспособности бизнеса. Освещены глобальные тренды развития корпоративной социальной ответственности в течение последних лет. Особое внимание уделено рассмотрению основных международных инициатив, направленных на формирование и развитие корпоративной социальной ответственности.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социальная ответственность бизнеса, корпоративная ответственность, устойчивое развитие, корпоративная репутация, конкурентные преимущества бизнеса, глобальная экономическая среда.

During recent years, increasing attention has been paid to the importance of sustainable development by the international community. We follow the idea that business is one of the main drivers of sustainable development. In particular, it is stated in the article that the sustainable development of society is based, including, on corporate social responsibility (CSR). Because dynamic development and growth of uncertainty in a global economic environment require a new level competitive advantages from the business entities. Besides companies around the world are faced with the requirement to ensure the well-being and quality of life of both current and future generations. And it requires implementation of a radically new approach to the operational and strategic activity of companies that is regarding their corporate social responsibility. Therefore, the introduction of sustainable development principles into corporate strategies and ensuring their practical implementation takes place in the context of corporate social responsibility. The influence of corporate social responsibility on the development of business' innovativeness and competitiveness is substantiated in the article. The global trends of corporate social responsibility development during recent years are highlighted. Special attention is paid to consideration of major international initiatives aimed at the formation and development of corporate social responsibility, among which are the following: OECD Guidelines for Multinational Enterprises; International Labour Organisation's Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy, MNE Declaration; United Nations Global Compact, UNGC; ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility; The UN Guiding Principles on Business and Human Rights; The 17 Sustainable Development Goals, SDGs. The importance of sustainable development disclosure is emphasized; an important role in this area play Global Reporting Initiative (GRI) and The International Integrated Reporting Council (IIRC). Corporate social responsibility is considered not only as an instrument for sustainable development, but also as a way of ensuring and maintaining the long-term competitive advantages of the enterprise.

Keywords: corporate social responsibility, corporate responsibility, sustainable development, corporate reputation, competitive advantages of business, global economic environment.

Постановка проблеми. Поняття корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) нині досить широко обговорюється в наукових колах, у бізнес-середовищі, експертами та громадськістю. Цей термін є перекладом англійського виразу «corporate social responsibility (CSR)». Досить поширеним також є вживання терміна «соціальна відповідальність бізнесу» (СВБ). Проте визначення сутності та змісту корпоративної соціальної відповідальності є різним як у теоретичній, так і в практичній площинах та вимагає уточнення [1, с. 247]. Вважаємо, що деякі причини непереконливості визначень КСВ полягають у тому, що це поняття тісно пов'язане із поняттям сталого розвитку, згідно з яким компанії у всьому світі постають перед вимогою забезпечення добробуту та якості життя як теперішніх, так і майбутніх поколінь, а характер КСВ постійно змінюється, оскільки визначається реакцією підприємств на появу нових викликів до сталого розвитку. Що, у свою чергу, вимагає кардинально нового підходу до операційної та стратегічної діяльності підприємств. Окрім того, як зазначає А. Колот, «суспільство загалом зацікавлене в тому, щоб кожна бізнес-структура набула статусу організації, орієнтованої на стійкий розвиток» [2, с. 4]. У відповідь «чимраз більша кількість бізнес-організацій сприймає КСВ не як примус або діяльність на злобу дня, а як корпоративну стратегію стійкого розвитку» [2, с. 4] та спосіб для створення якісно нових конкурентних переваг підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження питань, що стосуються теорії та практики корпоративної соціальної відповідальності, зробили відомі вчені з усього світу. Зокрема, результати вивчення тем, пов'язаних із розвитком концепції корпоративної соціальної відповідальності, знайшли своє відображення у працях таких учених: А. Керролла, Т. Дональдсона, Р. Фрімана, М. Фрідмана та інших. Окремі аспекти щодо теорії та практики корпоративної соціальної відповідальності також досліджуються у роботах таких учених, як М. Вебер, М. Алухна, С. Ідоу, С. Верті-

ганс, А. Вархурст, А. Колот. Питання, що стосуються корпоративної соціальної відповідальності та конкурентоспроможності, висвітлюються у дослідженні Т. Лойкканена, К. Хітіен. Результати досліджень щодо взаємозв'язку корпоративної соціальної відповідальності та інноваційності підприємств наведено в роботах М. Алухни, К. Лоо, Ш. Дю. Варто зазначити також, що КСВ стала найбільш досліджуваною та обговорюваною темою в науці про менеджмент. Водночас відсутній цілісний підхід до виявлення сучасних особливостей та напрямів діяльності підприємств, пов'язаних із забезпеченням і підтримкою останніми довгострокових конкурентних переваг, з урахуванням нових глобальних викликів до сталого розвитку.

Формулювання цілей статті. Стаття присвячена визначенню місця та ролі корпоративної соціальної відповідальності у забезпеченні сталого розвитку суспільства загалом, а також дослідженню її впливу на формування конкурентних переваг підприємства.

Вклад основного матеріалу дослідження. Спочатку поняття «сталий розвиток» та «соціальна відповідальність бізнесу» використовувалися взаємозамінно [3], але міжнародний стандарт ISO 26000:2010 Міжнародної організації зі стандартизації (англ. International Organization for Standardization, ISO) у 2010 р. визначив, що соціальна відповідальність зосереджена на організації (компанії) та пов'язана з відповідальністю за вплив її рішень та діяльності (включає продукти, послуги та процеси) на суспільство та навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я та добробут суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін (стейкхолдерів); відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність організації та практикується у її відносинах (відносини стосуються діяльності організації в її сферах впливу) [4]. Тому втілення принципів сталого розвитку у корпоративних стратегіях та забезпечення їх практичної реалізації відбувається в контексті корпоративної соціальної відповідальності. Таким чином,

виходячи із вищезазначеного, можна стверджувати, що корпоративна соціальна відповідальність і є інструментом досягнення сталого розвитку.

За результатами досліджень Міжнародної консалтингової компанії Reputation Institute (Репутаційний Інститут) 2019 р. [5], інвестори та фінансисти піклуються про показники корпоративної відповідальності (англ., Corporate Responsibility, CR) – Environmental, Social and Governance, ESG (навколишнє середовище, соціальні аспекти та корпоративне управління), Sustainable Development Goals, SDGs (Цілі сталого розвитку) – більше, ніж будь-коли, вважаючи, що це здійснює суттєвий вплив на прибутковість підприємства. Пов'язано це із тим, що корпоративна відповідальність має тісний позитивний взаємозв'язок з корпоративною репутацією; а компанії, які надають пріоритет корпоративній відповідальності над «гонитвою» за прибутками, мають більш сильну корпоративну репутацію, ніж ті, хто орієнтується лише на фінансові показники. Більше того, корпоративна відповідальність – це спосіб, завдяки якому компанії можуть працювати з користю для суспільства і навколишнього середовища та забезпечувати довгостроковий успіх свого бізнесу.

Вважаємо, що у глобальному конкурентному середовищі довгостроковими конкурентними перевагами є «бачення» майбутнього, швидкість прийняття суб'єктами господарювання відповідних викликів, їхня інноваційність та ефективність функціонування за нових умов. Адже, нині конкурентна перевага компаній на світових ринках значною мірою визначається їхньою здатністю отримувати користь від знань та інновацій [6, с. 154] в усіх сферах життєдіяльності. До того ж, корпоративна соціальна відповідальність не лише сприймається як реакція підприємств на появу різного роду серйозних проблем та викликів, пов'язаних, для прикладу, із соціальною нерівністю, деградацією навколишнього середовища або ж зі зростанням потужності великих корпорацій, а й також становить вагомий орієнтир діяльності фірми, розвиваючи який, можна чіткіше усвідомити потреби та очікування різних груп зацікавлених осіб. Адже, як зазначають автори праці [7, с. 312], «для того, щоб бізнес залишався успішним у довгостроковій перспективі, він повинен створювати цінності не тільки для своїх акціонерів, а й для всього суспільства». Окрім того, погоджуємося із твердженням, що активна діяльність підприємств щодо впровадження та реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності однаково позитивно впливає як на формування іміджу, побудову організаційної культури, так і на інноваційність продукції та операційних процесів [8, с. 1]. Зокрема, результати дослідження [9] показують, що фірми, які проводять активну діяльність у сфері КСВ, демонструють вищу інноваційну здатність та запускають виробництво значно новітнішої продукції; тим паче що позитивний взаємозв'язок між КСВ та інноваційністю є сильнішим для фірм, які здійснюють значні обсяги інвестицій у НДДКР, та фірм, що оперують на ринках із високою конкуренцією [9, с. 703]. Адже, будучи соціально відповідальними, підприємства можуть здобути довгострокову довіру працівників та споживачів як основу для роз-

будови сталого бізнесу. Що, у свою чергу, допомагає створити середовище, в якому підприємства матимуть можливість прискорювати інноваційний розвиток та забезпечувати економічне зростання [10, с. 1].

Тому досягнення Цілей сталого розвитку та підприємницька діяльність є взаємовигідними. Згідно з інформацією офіційного сайту Представництва ООН в Україні, «бізнес відіграє ключову роль у досягненні Цілей сталого розвитку. Бізнес-рішення і технології мають вирішальне значення для подолання бідності, забезпечення охорони здоров'я, освіти, боротьби зі зміною клімату і погіршенням стану навколишнього середовища. Цілі сталого розвитку є корисними для бізнесу, для розширення ринку, об'єднання зацікавлених сторін, стабілізації ринків і сприяння прозорості фінансових систем» [11].

Варто зазначити, що однією із головних суперечок Ювілейного 50-го Всесвітнього економічного форуму в Давосі 2020 р., що пройшов під знаком кліматичних проблем, стала «дискусія про те, чи повинні компанії враховувати інтереси своїх клієнтів і співробітників нарівні з інтересами акціонерів» [12].

Окрім того, міжнародна інформаційна агенція Блумберг (англ. Bloomberg) зазначає, що «капіталістична економіка змушена змінюватися, враховуючи цінності покоління міленіалів». Адже, як показало опитування Банку Америки (англ. Bank of America, BofA), «87% американців, народжених у 1981–1996 рр., під час ухвалення інвестиційних рішень вважають важливими екологічний, соціальний і політичний чинники» [12].

Таким чином, нині компанії повинні переорієнтуватися на довгострокове зростання, беручи до уваги розвиток комплексних та взаємопов'язаних екосистем (екологічних, соціальних, економічних та політичних), в межах яких вони функціонують. Без цієї перспективи цілісного управління підприємства ризикують приймати важливі рішення, які ґрунтуватимуться лише на обмежених та короткострокових економічних вигодах. Що, у свою чергу, призведе до подальшого краху світової економічної системи, а не досягнення Глобальних Цілей сталого розвитку. Проте після прийняття рішення щодо дотримання принципів КСВ і сталого розвитку як основи бізнес-операцій менеджери повинні визначити, які кроки будуть найбільш ефективними та доцільними. Насамперед йдеться про поєднання підприємницької діяльності, інноваційного розвитку та забезпечення сталого майбутнього [13, с. 5].

Еволюція КСВ відбувається відповідно до нових глобальних викликів до сталого розвитку. Саме тому значна увага приділяється дотриманню принципів КСВ у процесі управління підприємством і формування стратегії, визначення мотиваційних чинників та розроблення системи мотивування, формування комунікаційної та маркетингової політики, а також в управлінні персоналом. Активність підприємства щодо КСВ охоплює практично всі цілі, функції та напрями його діяльності, включаючи виробничий процес, маркетинг, фінанси, чи адміністрування [14; 8, с. 1].

Світова спільнота докладает великих зусиль для розроблення та впровадження відповідних міжнародних керівних принципів та стандартів, які повинні

поважатися бізнесом, урядами та суспільством у всьому світі.

Перші спроби регулювання ділової активності (стосовно корпоративної соціальної відповідальності) у формі стандартів (кодексів) поведінки (відповідального ведення бізнесу) були зроблені ще у 1970-х рр. XX століття:

– «Керівні Принципи ОЕСР для багатонаціональних підприємств» (англ. OECD Guidelines for Multinational Enterprises) були прийняті урядами держав Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) (англ., Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD) в 1976 р. та переглянуті в 2011 р. (містять жорсткіші стандарти корпоративної поведінки) [15];

– «Тристороння декларація принципів стосовно багатонаціональних підприємств та соціальної політики» Міжнародної організації праці (англ., International Labour Organisation's Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy, MNE Declaration) була прийнята в 1977 р., зі змінами та доповненнями, внесеними у 2000 р. та у 2006 р. та переглянута в 2017 році [16];

– перші кодекси, створені самими підприємствами (переважно в США).

Створений у 2000 р., Глобальний Договір Організації Об'єднаних Націй (англ. United Nations Global Compact, UNGC) є найбільшою в світі ініціативою з питань корпоративної стійкості та лідируючою платформою для розроблення, впровадження та розкриття відповідальної корпоративної політики та практики [17].

У 2010 р. був опублікований Міжнародний стандарт ISO 26000:2010 «Керівництво із соціальної відповідальності» (англ., ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility), що є ініціативою Міжнародної організації зі стандартизації (англ., International Organization for Standardization, ISO) [4].

У 2011 р. Рада ООН з прав людини (англ. The United Nations Human Rights Council, UNHRC) одногослоно схвалила «Керівні принципи ООН у сфері бізнесу та прав людини» (англ. The UN Guiding Principles on Business and Human Rights), набір керівних принципів для держав та компаній щодо запобігання та подолання порушень прав людини, здійснених у процесі чи внаслідок діяльності суб'єктів господарювання [18]. Варто зазначити, що Керівні принципи щільно співвідносяться із 17 Цілями сталого розвитку (ЦСР) (англ., The 17 Sustainable Development Goals, SDGs) Порядку денного у сфері сталого розвитку на період до 2030 р. (2030 Порядок денний) (англ. 2030 Agenda), які офіційно набули чинності 1 січня 2016 р. та формують загальні керівні принципи і стандарти для всіх країн у напрямі досягнення сталого розвитку [19].

З початку 2000-х рр. Європейська Комісія (ЄК) також активно підтримує розвиток соціальної відповідальності бізнесу. Корпоративна соціальна відповідальність була визначена в Стратегії КСВ як «відповідальність підприємств за їх вплив на суспільство». Для того щоб компанії відповідали вимогам соціальної відповідальності, їм «слід запровадити процес

інтеграції соціальних, екологічних, етичних, прав людини та споживчих проблем у свої бізнес-операції та основну стратегію у тісній співпраці зі своїми зацікавленими сторонами з метою максимального створення спільної цінності для їх власників/акціонерів та громадянського суспільства загалом та виявлення, запобігання і пом'якшення можливих несприятливих наслідків» [20]. Європейська Комісія вважає, що КСВ має важливе значення для сталого розвитку, конкурентоспроможності та інноваційності як підприємств, так і економіки Європейського Союзу (ЄС) загалом: соціальна відповідальність бізнесу надає важливі переваги компаніям у сфері управління ризиками, економії витрат, доступу до капіталу, взаємодії з клієнтами, управління людськими ресурсами та їх здатності до інновацій; в інтересах економіки ЄС вона робить компанії значно стійкішими та інноваційнішими, що сприяє сталому розвитку економіки; в інтересах суспільства соціальна відповідальність бізнесу пропонує цілий комплекс цінностей, дотримуючись яких, можна побудувати більш згуртоване суспільство та закласти основу переходу до функціонування сталої економічної системи. До керівних принципів та норм, які покладено в основу Стратегії соціальної відповідальності бізнесу, розробленої Європейською Комісією, належать: Глобальний Договір Організації Об'єднаних Націй; Керівні принципи ООН у сфері бізнесу та прав людини; Міжнародний стандарт ISO 26000:2010 «Керівництво із соціальної відповідальності»; Тристороння декларація принципів стосовно багатонаціональних підприємств та соціальної політики Міжнародної організації праці; Керівні Принципи ОЕСР для багатонаціональних підприємств [21].

Інша порівняно нова і дуже важлива глобальна тенденція розвитку корпоративної соціальної відповідальності стосується розкриття інформації щодо сталого розвитку. Важливу роль у цій сфері відіграють Глобальна ініціатива зі звітності (англ., Global Reporting Initiative, GRI) та Міжнародна рада з інтегрованої звітності (англ. The International Integrated Reporting Council, IIRC). Законодавство ЄС також вимагає від великих компаній розкривати певну інформацію про те, у який спосіб вони здійснюють свою діяльність та управляють соціальними та екологічними викликами (Директива 2014/95/EU щодо розкриття нефінансової інформації) (англ. Directive 2014/95/EU on non-financial reporting). Зокрема, починаючи із 2018 р. компанії зобов'язані включати нефінансові показники у свої річні звіти. Крім того, у червні 2017 р. Європейська Комісія оприлюднила рекомендації (Керівні принципи Європейської Комісії щодо нефінансової звітності) (англ. Guidelines on non-financial reporting (methodology for reporting non-financial information) C/2017/4234) [22], які включають методологію звітності нефінансової інформації, щоб допомогти компаніям розкривати інформацію щодо екологічних та соціальних складників їхньої діяльності. Ці рекомендації не є обов'язковими, і компанії можуть на власний розсуд вибирати, яких рекомендацій дотримуватися: міжнародних, Європейського Союзу або ж національних, враховуючи власні характеристики та особливості бізнес-середовища [23].

Висновки. Враховуючи вищезазначене, можемо стверджувати, що втілення принципів сталого розвитку у корпоративних стратегіях та забезпечення їх практичної реалізації відбувається в контексті корпоративної соціальної відповідальності. Еволюція корпоративної соціальної відповідальності відбувається згідно з новими глобальними викликами до сталого розвитку. Міжнародне співтовариство відіграє значну роль у становленні та розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Зокрема, нині все більша кількість компаній у всьому світі зацікавлені в дотриманні принципів та стандартів корпоративної соціальної відповідальності у власних бізнес-операціях, одночасно демонструючи відповідальність за їхній вплив на суспільство. Вважаємо, що у глобальному конкурентному середовищі довгостроковими конкурентними перевагами є «бачення» майбутнього, швидкість сприйняття суб'єктами господарювання відповідних викликів, їхня інноваційність та ефективність функціонування за нових умов. Таким чином, в умовах сучасних тенденцій глобального розвитку активізація діяльності підприємств щодо впровадження та реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності впливає на розвиток їхньої інноваційності та конкурентоспроможності.

Бібліографічний список:

- Weber. M. The business case for corporate social responsibility: A company-level measurement approach for CSR. *European Management Journal*. 2008. Vol. 26, Iss. 4. P. 247–261.
- Колот А. Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності: еволюція поглядів. *Україна: аспекти праці*. 2013. № 8. С. 3–17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uap_2013_8_3 (дата звернення: 10.11.2019).
- Jastrzębska E. Biznes na rzecz rozwoju zrównoważonego – dobre praktyki / Business for sustainable development – good practices. *Ekonomia XXI wieku / Economics of the 21st century*. 2016. 4(12). S. 36–37.
- ISO 26000:2010(en) Guidance on social responsibility. ISO : веб-сайт. URL: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en> (дата звернення: 15.11.2017).
- Reputation Institute : веб-сайт. URL: <https://www.reprtrak.com>. (дата звернення: 09.04.2020).
- Loikkanen T., Hyytién. K. Corporate Social Responsibility and Competitiveness – Empirical Results and Future Challenges. *Environmental Management Accounting and Supply Chain Management. Eco-Efficiency in Industry and Science* / R.L. Burritt, S. Schaltegger, M. Bennett, T. Pohjola, M. Csutora (Eds.). Springer Netherlands, 2011. Vol. 27. P. 151–170. DOI: 10.1007/978-94-007-1390-1.
- Михайлишин Н.П., Романів С.Р. Концепція створення спільної цінності: новий погляд на формування цінностей компанії. *Економіка та суспільство: Електронне наукове фахове видання*. 2016. № 2. С. 312–317. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/56.pdf (дата звернення: 31.03.2020).
- Aluchna M. Społeczna odpowiedzialność biznesu a innowacyjność. Czy społeczna odpowiedzialność firmy wspiera jej innowacyjność? / red. Piotr Płoszajski. Warszawa : Oficyna Wydawnicza SGH, 2017. str. 35–61.
- Luo X., S. Du. Exploring the relationship between corporate social responsibility and firm innovation. *Marketing Letters. A Journal of Research in Marketing*. 2015. Vol. 26, № 4. P. 703–714. DOI: 10.1007/s11002-014-9302-5.
- Zhao. H., Zhang F., Kwon H. Corporate social responsibility research in international business journals: An author co-citation analysis. *International Business Review*. 2017. Vol. 27, Issue 2, P. 389–400. DOI: 10.1016/j.ibusrev.2017.09.006.
- Цілі сталого розвитку і бізнес. *Представництво ООН в Україні* : веб-сайт. URL: <http://sdg.org.ua/ua/sdgs-and-business> (дата звернення: 02.04.2020).
- Колесніченко О. Давос-2020: що обговорювали наймогутніші люди світу і чим здивувала Україна. *Економічна правда*. 2020. 24 січня. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/01/24/656210/> (дата звернення: 26.01.2020).
- Stages of Corporate Social Responsibility. From Ideas to Impacts / S.O. Idowu & S. Vertigans (Eds.). Springer International Publishing Switzerland, 2017. 247 p. DOI: 10.1007/978-3-319-43536-7.
- Warhurst A. Past, Present and Future Corporate Responsibility: Achievement and Aspirations. *The responsible corporation in a global economy* / C. Crouch & C. Maclean (Eds.). New York: Social Trends Institute, Oxford University Press, 2011. P. 55–83.
- OECD Guidelines for Multinational Enterprises, 2011 Edition. *OECDiLibrary* : веб-сайт. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264115415-en> (дата звернення: 16.11.2017).
- Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy (MNE Declaration) – 5th Edition (2017). *International Labour Organization* : веб-сайт. URL: <http://www.ilo.org/empent/areas/mne-declaration/lang--en/index.htm> (дата звернення: 24.04.2018).
- United Nations Global Compact : веб-сайт. URL: <https://www.unglobalcompact.org/> (дата звернення: 18.04.2018).
- The UN Guiding Principles on Business and Human Rights. An introduction. *United Nations Human Rights Office of the High Commissioner* : веб-сайт. URL: http://www.ohchr.org/Documents/Issues/Business/Intro_Guiding_PrinciplesBusinessHR.pdf (дата звернення: 19.11.2017).
- Sustainable Development Goals. *Sustainable Development Goals Knowledge Platform* : веб-сайт. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/> (дата звернення: 28.04.2018).
- Commission Staff Working document – Corporate Social Responsibility, Responsible Business Conduct, and Business & Human Rights: Overview of Progress. *European Commission* : веб-сайт. URL: <https://ec.europa.eu> (дата звернення: 28.03.2020).
- Corporate Social Responsibility & Responsible Business Conduct. *European Commission* : веб-сайт. URL: http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_en (дата звернення: 28.03.2020).
- Non-financial reporting. *European Commission* : веб-сайт. URL: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/company-reporting-and-auditing/company-reporting/non-financial-reporting_en (дата звернення: 28.03.2020).
- Кицюк І.В. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на інноваційність та конкурентоспроможність бізнесу. *Маркетинг та менеджмент у фокусі викликів нової економіки* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Ужгород, 26–28 квіт. 2018 р. Ужгород, 2018. С. 383–386.

References:

- Weber. M. (2008) The business case for corporate social responsibility: A company-level measurement approach for CSR. *European Management Journal*, vol. 26, iss. 4, pp. 247–261.
- Kolot A. (2013) Suchasna filozofija korporativnoji socialjnoji vidpovidalnosti: evolucija poghljadiv [Modern philosophy of corporate social responsibility: the evolution of attitudes]. *Ukrayina: aspekty praci* [Ukraine: aspects of labor], no. 8, pp. 3–17. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uap_2013_8_3 (accessed 10 November 2019). (in Ukrainian)
- Jastrzębska E. (2016) Biznes na rzecz rozwoju zrównoważonego – dobre praktyki [Business for sustainable development – good practices]. *Ekonomia XXI wieku* [Economics of the 21st century], 4(12), s. 36–37. (in Polish)

4. ISO 26000:2010(en) Guidance on social responsibility. *ISO* (electronic resources). Available at: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en> (accessed 15 November 2017).
5. *Reputation Institute* (electronic resources). Available at: <https://www.reprtrak.com/> (accessed 9 April 2020).
6. Loikkanen T., Hyytién. K. (2011) Corporate Social Responsibility and Competitiveness – Empirical Results and Future Challenges. *Environmental Management Accounting and Supply Chain Management. Eco-Efficiency in Industry and Science*. Springer Netherlands, vol. 27, pp. 151–170.
7. Mykhajlyshyn N.P., Romaniv S.R. (2016) Koncepcija stvorennja spiljnoji cinnosti: novyj pohljad na formuvannya cinnostej kompaniji [The concept of the creation of shared value: a new view on the formation of company values]. *Ekonomika ta suspiljstvo* [Economy and Society] (electronic journal), no 2, pp. 312–317. Available at: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/56.pdf (accessed 31 March 2020). (in Ukrainian)
8. Aluchna M. (2017) Społeczna odpowiedzialność biznesu a innowacyjność [Corporate social responsibility and innovativeness]. *Czy społeczna odpowiedzialność firmy wspomaga jej innowacyjność?* [Does corporate social responsibility contribute to firm's innovativeness?]. Warszawa : Oficyna Wydawnicza SGH, S. 35–61. (in Polish)
9. Luo X., S. Du. (2015) Exploring the relationship between corporate social responsibility and firm innovation. *Marketing Letters. A Journal of Research in Marketing*, vol. 26, no. 4, pp. 703–714.
10. Zhao. H., Zhang F., Kwon H. (2017) Corporate social responsibility research in international business journals: An author co-citation analysis. *International Business Review*, vol. 27, issue 2, pp. 389–400.
11. Cili stalogho rozvytku i biznes [Sustainable Development Goals and business]. *Predstavnyctvo OON v Ukraini : veb-sajt* [United Nations Ukraine] (electronic resources). Available at: <http://sdg.org.ua/ua/sdgs-and-business> (accessed 2 April 2020). (in Ukrainian)
12. Kolesnichenko O. (2020) Davos-2020: shho obghovorjuvaly najmoghutnishi ljudy svitu i chym zdyvuvala Ukrajina [Davos-2020: what were the most powerful people in the world talking about and and what Ukraine has surprised]. *Ekonomichna pravda* [Economic Truth] (electronic resources), 24 January 2020. Available at: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/01/24/656210/> (accessed: 26 January 2020). (in Ukrainian)
13. Idowu S.O. & Vertigans S. (Eds.) (2017) *Stages of Corporate Social Responsibility. From Ideas to Impacts*. Springer International Publishing Switzerland.
14. Warhurst A. (2011) Past, Present and Future Corporate Responsibility: Achievement and Aspirations. *The responsible corporation in a global economy*. New York: Social Trends Institute, Oxford University Press, pp. 55–83.
15. OECD Guidelines for Multinational Enterprises, 2011 Edition. *OECDiLibrary* (electronic resources). Available at: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264115415-en> (accessed 16 November 2017).
16. Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy (MNE Declaration) – 5th Edition (2017). *International Labour Organization* (electronic resources). Available at: <http://www.ilo.org/empent/areas/mne-declaration/lang--en/index.htm> (accessed 24 April 2018).
17. *United Nations Global Compact* (electronic resources). Available at: <https://www.unglobalcompact.org/> (accessed 18 April 2018).
18. The UN Guiding Principles on Business and Human Rights. An introduction. *United Nations Human Rights Office of The High Commissioner* (electronic resources). Available at: http://www.ohchr.org/Documents/Issues/Business/Intro_Guiding_PrinciplesBusinessHR.pdf (accessed 19 November 2017).
19. Sustainable Development Goals. *Sustainable Development Goals Knowledge Platform* (electronic resources). Available at: <https://sustainabledevelopment.un.org/> (accessed 28 April 2018).
20. Commission Staff Working document – Corporate Social Responsibility, Responsible Business Conduct, and Business & Human Rights: Overview of Progress. *European Commission* (electronic resources). Available at: <https://ec.europa.eu> (accessed 28 March 2020).
21. Corporate Social Responsibility & Responsible Business Conduct. *European Commission* (electronic resources). Available at: http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_en (accessed 28 March 2020).
22. Non-financial reporting. *European Commission* (electronic resources). Available at: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/company-reporting-and-auditing/company-reporting/non-financial-reporting_en (accessed 28 March 2020).
23. Kycjuk I.V. (2018) Vplyv korporatyvnoji socialjnoji vidpovidaljnosti na innovacijnistj ta konkurentospromozhnistj biznesu [Influence of Corporate Social Responsibility on business innovativeness and competitiveness.]. *Proceedings of the Marketyngh ta menedzhment u fokusi vyklykiv novoji ekonomiky (Ukraine, Uzhghorod, April 26–28 2018)* (eds. Cherlenjak I.I.), Uzhghorod: Vydavnyctvo UzhNU «Ghooverla», pp. 383–386.