

УДК 338.23:330.131.5

ШАБАТУРА Т.С., к.е.н.

м. Умань

АКСІОЛОГІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОГО БІЗНЕСУ

Анотація: поглиблено економічну сутність атрибуції "соціальна відповідальність". Досліджено вплив соціальних напрямків на економічний розвиток міжнародних соціально-відповідальних компаній. Проведено аналіз пріоритетності реалізації соціальних заходів вітчизняними підприємствами. Виділено основні аксіологічні детермінанти реалізації економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу.

Ключові слова: підприємство, соціальна відповідальність, економічний потенціал, аксіологічні детермінанти, конкурентоспроможність, конкурентні переваги.

Аннотация: углубленно экономическую сущность атрибуции "социальная ответственность". Исследовано влияние социальных направлений на экономическое развитие международных социально-ответственных компаний. Проведен анализ приоритетности реализации социальных мероприятий отечественными предприятиями. Выделены основные аксиологические детерминанты реализации экономического потенциала предприятий в контексте социально-ориентированного бизнеса.

Ключевые слова: предприятие, социальная ответственность, экономический потенциал, аксиологические детерминанты, конкурентоспособность, конкурентные преимущества.

Abstract: attribution deepened the economic substance of "social responsibility". The influence of social trends in international economic development of socially responsible companies. The analysis of the implementation of priority social measures domestic enterprises. The main determinants axiological realization of the economic potential of enterprises in the context of social responsibility.

Key words: enterprise, social responsibility, economic potential, axiological determinants of competitiveness, competitive advantage.

В контексті глобалізації міжнародної економіки соціальна відповідальність бізнесу виступає уніфікованою частиною якості управління виробництвом переважно для компаній, які виходять на міжнародні ринки капіталу. Поряд з цим, наявні тенденції зростання капіталізації вітчизняних підприємств актуалізують питання розробки та застосування соціальної відповідальності бізнесу як одного з факторів формування нематеріальних активів, підвищення інвестиційної привабливості підприємств, зміцнення ринкових позицій та максимізації ринкової вартості бізнесу, поступово визнаючи значимість соціального детермінанта в створенні конкурентних переваг, що виступає основою нарощення економічного потенціалу підприємств. Саме тому взаємообумовленість суспільства та підприємницького сектору має обирати такий бізнес, розвиток якого буде сприяти отриманню користі при реалізації соціально-орієнтованої стратегії економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій Використання соціальної відповідальності бізнесу в практичній діяльності компаній досить поширене явище в західній економіці, яке протягом останніх десятиліть широко обговорюється й у вітчизняних наукових колах. Даному напрямку дослідження приділено багато уваги у працях таких відомих науковців, як: Ю. Благов [1], В. Воробей [2], І. Гришова [3], Р. Краплич [4], Н. Кричевський [5], І. Крюкова [6], В. Кужель [7] та інші. Віддаючи належне напрацюванням науковців

у сфері теорії і практики використання принципів соціально-орієнтованої політики, варто відмітити, що окремі питання відносно аксіологічних детермінант реалізації економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу приділено недостатньо уваги.

Мета статті полягає в поглибленні економічної сутності атрибуції "соціальна відповідальність"; дослідженні впливу соціальних напрямків на економічний розвиток міжнародних соціально-відповідальних компаній; проведенні аналізу пріоритетності реалізації соціальних заходів вітчизняними підприємствами; виділенні аксіологічних детермінант реалізації економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Дефініції соціальної відповідальності бізнесу приділено багато уваги як в економічному колі, так і в політологічному, філософському тощо. На відміну від дефініції відповідальності, що, передусім, тлумачиться як моральна компенсація чи усвідомлення провини, соціальна відповідальність має дещо другий вектор розуміння, адже націлена на перспективу та, перш за все, тлумачиться як усвідомлення необхідності відповідати за результати своїх дій.

В контурах зазначеного дослідження соціальна відповідальність – це науковий вектор, що у вітчизняній економічній літературі є доволі новим. В публікаціях І.Ю.Гришової [3], І.О.Крюкової [6] та В.В.Ку-

желя [7] зазначається, що сучасні економічні перетворення в Україні, адаптація національної економіки до міжнародних інтеграційних процесів та зміна соціальних викликів вимагають врахування в теоретичних підходах соціальної компоненти до визначення та структуризації економічного потенціалу підприємств. Враховуючи дане припущення, слід зазначити, що реалізація економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу сьогодні має ґрунтуватися на використанні ряду аксіологічних детермінант, оскільки сприйняття понять про порядність, чесність, відповідальність, справедливість тощо розглядаються суб'єктами бізнес-середовища через контури ринкової системи, що конвертуються в етично усвідомлене бачення про роль та місце бізнесу в соціумі, про перспективні консенсуси між діловими інтересами та соціальними потребами. Такі відносини мають ґрунтуватися на певній відповідальності за реалізацію пріоритетних економічних ініціатив бізнесу та задоволенні індивідуальних, суспільних і громадських потреб в довгостроковій співпраці бізнесу та соціуму та в певному наборі ресурсів, необхідних для розв'язку соціально-економічних проблем.

Теоретично аргументовано рядом видатних науковців [1–7] та практично доведено практикою відомих міжнародних компаній [8–18], що соціальна відповідальність бізнесу є компонентом ресурсних можливостей підприємства, що розглядається як специфічний економічний ресурс, використання якого сприяє забезпеченню економічної стійкості та стабільності економічного розвитку підприємства.

Опираючись на проведений ретроспективний аналіз [8–11] щодо діяльності безлічі корпорацій, можна констатувати той факт, що незалежно від напрямків реалізації соціально-орієнтованої політики підприємство завжди отримує відповідну економічну вигоду від реалізації соціально-орієнтованої поведінки. Тому імплементація соціальних засад в площині економічного розвитку підприємств сприяє більш ефективному використанню комбінації наявних ресурсів і прихованих можливостей, що в перспективі нарощує його конкурентні переваги та ринкову вартість бізнесу. Враховуючи це, соціальну відповідальність, як на нашу думку, доцільно розглядати як складову економічного потенціалу підприємства, що спроможна нарощувати його наявні ресурси та приховані можливості шляхом задоволення соціальних вимог персоналу та зацікавлених сторін. Застосування принципів соціально-орієнтованого бізнесу сприяє формуванню більшої довіри, розвитку соціального діалогу, покращенню внутрішнього морального клімату та розвитку прихованих можливостей підприємства. Також, окрім безпосередньої дії на результати економічного розвитку підприємства, соціальна компонента створює приховане страхування його економічного потенціалу від дії зовнішніх шоків.

Якщо порівняти результати України в рейтингу Глобальної конкурентоспроможності країн світу за корпоративною соціальною відповідальністю та за економічною діяльністю, то можна відмітити про суттєві розбіжності. Так, за результатами рейтингу Глобальної конкурентоспроможності 2014–2015 (The Global Competitiveness Index, GCI) Всесвітнього економічного форуму (WEF), що включає в себе оцінку 144 країн за 12 критеріями, Україна серед досліджених країн світу в оцінці конкурентоспроможності за корпоративною соціальною діяльністю посідає 76 місце, піднявшись на шість позицій, порівняно з 2012 роком [16], що є непоганим результатом. Найближчими сусідами України стали Словачка Республіка, Шри Ланка та Марокко. Разом з цим, більш гірша ситуація зафіксована Щорічним Глобальним рейтингом конкурентоспроможності (World Competitiveness Yearbook 2011) Інституту розвитку менеджменту швейцарської бізнес-школи (International Institute for Management Development, IMD) [15], в рейтингу якого з 61 країн світу Україна в оцінці конкурентоспроможності за економічною діяльністю посідає 60 місце, що на три позиції нижче, порівняно з 2012 роком. Це говорить про те, що соціально-орієнтований бізнес безпосередньо впливає на результати економічної діяльності підприємств, формує їх конкурентні переваги та посилює іміджеві позиції на світовій і національній арені вітчизняного бізнесу.

Досвід економічного розвитку найвідоміших світових компаній в розрізі реалізації соціально-орієнтованої політики вказує на істотні розбіжності в переліку здійснення соціальних напрямків бізнес-одиночками. Безліч соціальних вимог, що виникають перед підприємствами, розбіжності в цілях відносно нарощення конкурентних переваг та опрацюванні стратегічних напрямків розвитку посилюють необхідність пошуку дієвих практик інтеграції принципів соціальної відповідальності в площину розвитку економічного потенціалу та вибір найкращого варіанту їх симбіозу. Відмінності України в рейтингу Глобальної конкурентоспроможності країн світу лише підтверджують те, що з розвитком суспільства, посиленням соціального чинника та зростанням суспільних потреб поряд із економічними факторами актуалізується необхідність імплементації аксіологічних детермінант в економічному розвитку бізнес-одиночок, що сьогодні вкрай необхідне для формування конкурентних переваг вітчизняних підприємств у глобальному бізнес-оточенні та нарощенні ринкової вартості їх бізнесу. Як свідчить міжнародна практика, даний процес передбачає неодмінну реалізацію наступних напрямків: збереження навколишнього оточення, опрацювання та виконання соціальних проектів, створення соціальної інфраструктури, введення засад етичної поведінки у ділових відносинах із зацікавленими сторонами тощо.

В Україні останнім часом соціально-орієнтована політика підприємств спрямована на захист здоров'я

і безпеки споживачів і в трудову площину, а саме: на розвиток власного персоналу, відсутність дискримінації, відмову від застосування дитячої та примусової праці, покращання умов праці (рис. 1).

Найменш визнаним для вітчизняного бізнесу є захист навколишнього середовища та співпраця з громадою. Разом з цим, така тенденція пріоритетності реалізації соціальних заходів вітчизняними підприємствами не є постійною, оскільки трансформація потреб та пріоритетів соціуму потребує ідентичного коригування економічної політики ведення вітчизняного бізнесу та інтегрування в площину розвитку економічного потенціалу підприємств відповідних засад та інструментів соціально-орієнтованої концепції.

Тут виникає питання не тільки в правильному розумінні феномену соціально-відповідального бізнесу та чіткому дотриманні основних принципів соціально-орієнтованої політики, а й в тім, які саме соціальні заходи необхідно інтегрувати в площину економічного розвитку підприємств та якою саме має бути ієрархія аксіологічних детермінант соціальної відповідальності підприємств у специфічному оточенні їх розвитку. Саме на останньому зупинимося більш детально.

Враховуючи той факт, що сьогодні економічний розвиток переважної більшості вітчизняних підприємств зорієнтований на максимізацію ринкової вартості бізнесу [3, 7, 8], симбіоз економіко-соціальних аспектів шляхом одночасного координування та узгодження існуючих економічних, етичних й правових засад, як свідчить міжнародний досвід [8–18], сприятиме не лише реалізації намічених економічних завдань, а й покращенню соціального стану, адже нинішній національній економіці більш притаманна

відповідальність підприємств лише перед тими групами людей (працівники підприємства, контрагенти, посередники, постачальники, акціонери, споживачі, держава та суспільство в цілому), які, з одного боку, відчувають вплив на рівень їх соціального розвитку від діяльності підприємств, а з іншого – самі впливають на його економічні результати. Іншими словами, реалізація економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу поряд з головними принципами здійснення економічної діяльності має ґрунтуватися на ключових аксіологічних детермінантах, що внаслідок покращення якості та рівня життя оточуючого суспільства сприятиме досягненню стратегічних пріоритетів економічного розвитку.

Соціалізація напрямків реалізації економічного потенціалу підприємств, необхідність адаптації механізму його формування та використання до трансформації соціальних викликів, в першу чергу, спричинена соціально-економічними факторами, найголовнішими серед яких є посилення глобалізаційних процесів, що набувають універсального характеру дії та продукують виникнення єдиних стереотипів соціальної активності підприємств. Другим чинником є зміна системи співпраці підприємства із соціумом та правил проведення діалогу із суспільством, що вимагає більшої відкритості та прозорості від підприємств та швидшого й гнучкішого реагування на трансформацію суспільних вимог різних соціальних сфер.

Поряд з цим, прискорений розвиток науково-технічного прогресу та безупинне нарощення інформаційних потоків суттєво посилюють необхідність застосування людського капіталу, в результаті чого трансформується відношення працівника до трудової

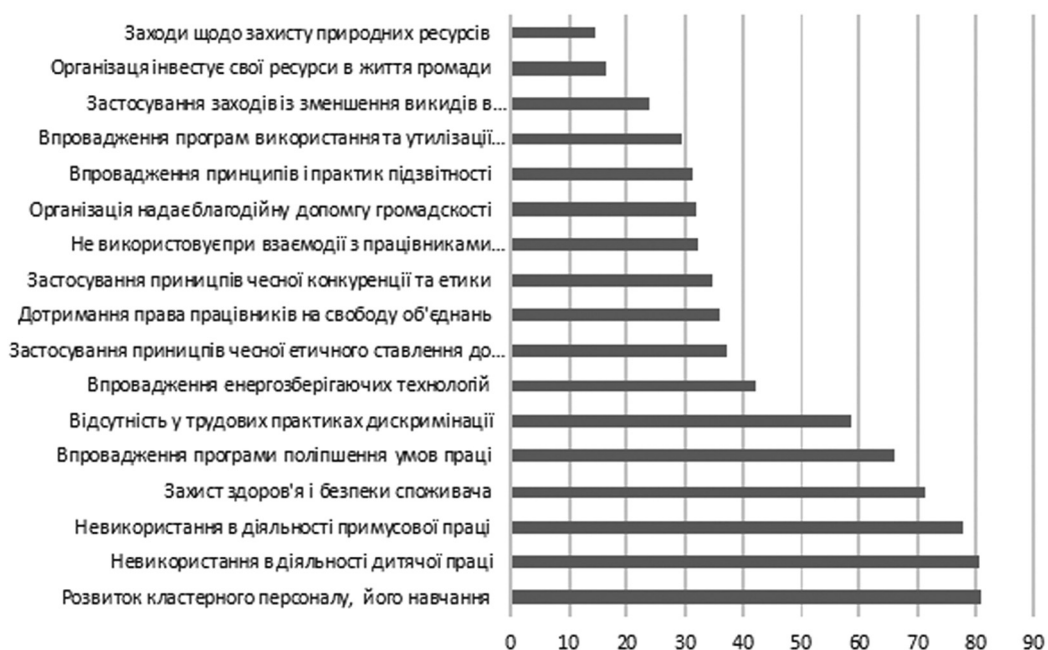


Рис. 1. Напрямки соціально-відповідальних заходів, які використовують підприємства [18]

діяльності та змінюється характер вимог до роботодавця. Відмітимо, що передумови актуалізації соціально-відповідального бізнесу залежать від поведінки споживача, що змінює пріоритетність свого ставлення до виробника, інформації про безпечність вироблених продуктів, відношення до споживача, підлеглих, реалізацію соціальних напрямків тощо. Враховуючи це, можна констатувати, що в основі структуризації аксіологічних детермінант реалізації економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу лежить необхідність самореалізації, розвиток самовідповідальності та самосвідомості на різних рівнях діалогу із соціумом.

Аналіз розвитку вітчизняних соціально-відповідальних підприємств показав, що серед ключових аксіологічних детермінант, які спонукають підприємства соціалізувати напрямки реалізації економічного потенціалу переважають внутрішні переконання, а саме: моральні міркування та внутрішнє спонукання. Але, поряд з цим доволі вагомими є й такі, як нарощення збутових потоків підприємств, імітування поведінки конкурентів, що мають саме економічну природу. Порівняно з 2013 роком пріоритетність аксіологічних детермінант вітчизняних соціально-відповідальних підприємств не змінилась. Так, у 2014 році ключовим соціальними спонуканням для 71,8 % підприємств стали моральні міркування, для 57,4 % – внутрішні стимули, для 22,8 % – нарощення обсягів реалізації. Доволі цікавим є той факт, що практично вдвічі збільшилася доля підприємств (з 9,9 % у 2014 році до 19 % у 2010 році)[18], для яких імітування поведінки конкурентів виявилось одним із передумов інтеграції соціально-орієнтованих принципів в площину їх економічного розвитку.

Безпосередньо для вітчизняних підприємств в цілому ключовим фактором, що спонукає їх до інтеграції принципів соціально-орієнтованої політики в площину розвитку економічного потенціалу, є демонстрування в різноманітних інформаційних джерелах їх соціально-відповідальної практики, що, на їх переконання, сприяє покращенню іміджу підприємств.

В ринкових умовах вирішальною умовою реалізації пріоритетних бізнес-ініціатив є економічна самостійність, що в контурах економічної діяльності дає бізнес-суб'єкту відчуття свободи та генерує такі аксіологічні детермінанти як активність у реалізації економічних цілей розвитку, відповідальність, лідерство, повагу, прозорість, інноваційність та чесність. Так, у декларації "Принципи бізнесу"[14], ухваленої в Швейцарії в 1994 році, задекларовано, що головними аспектами ведення будь-якої підприємницької діяльності є відповідальність за здійснювану суб'єктом економічну поведінку, облік інтересів зацікавлених сторін та повага достоїнства людини. При чому суть відповідальності полягає в намаганнях підприємства не лише задовольнити особисті потреби, а й потреби зацікавлених сторін. До цього змісту також додається розу-

міння вагомості зазначеного аксіологічного детермінанту в створенні іміджу підприємства, адже організаційна культура в контексті соціальної відповідальності дає можливість підприємству одержати додаткові можливості нарощення конкурентних переваг і зміцнення ринкових позицій.

Ті підприємства, ініціативність економічного розвитку яких зорієнтована лише на отримання прибутку, не до кінця розуміють вагомість соціальної відповідальності чи взагалі нею нехтують, в результаті чого ризикують позбавити себе певної частини покупців, які в сучасних ринкових умовах будуть віддавати свою пріоритетність продукції конкурента, діючого в соціально-відповідальній площині.

Варто відмітити, що відповідальність визначається засадами бізнес-етики та представлена системою моральних аспектів, вимог та бачень, що регулюють соціальні взаємовідносини в процесі реалізації економічного потенціалу підприємства. Так, ринкова система ґрунтується на взаємощирих партнерів, потребі у відповідності викликам економічного розвитку та ухваленням у зазначеному суспільно-професійному оточенні стереотипам поведінки, що і визначає цінність взаємореалізації. Намагаючись задовольнити особисті інтереси один бізнес-суб'єкт вступає у взаємодію з другим бізнес-суб'єктом, в результаті чого кожен реалізує першочергові інтереси свого економічного розвитку. Варто відмітити, що використання аксіологічного детермінанту взаємодіючості відбувається шляхом обміну, де кожен із бізнес-суб'єктів інвестує іншого за для реалізації економічних інтересів останнього. Так, низка іноземних бізнес-одиниць постійно афішує дотримання ними основних імперативів етичного інвестування. Яскравим зразком є петиція зарубіжних підприємств до уряду Російської Федерації з закликом запровадження механізм боротьби із корупційними явищами. В умовах постійного нарощення інвестиційних потоків, що насичують особисті ініціативи фінансового розвитку екологічними, соціальними та етичними принципами при розробці стратегічної програми інвестування та вагомим обсягів соціально-орієнтованих інвестиційних потоків, імплементація принципів соціально-орієнтованої політики в площині економічного розвитку підприємств надасть можливість вітчизняним бізнес-одиницям об'єднатися та використовувати перспективи етичного інвестування. Це знову ж підкреслює те, що реалізація економічного потенціалу підприємств ґрунтується на засадах ефективності, що й демонструє необхідність реалізації пріоритетних економічних цілей розвитку з мінімальними витратами на основі діалектичного взаємозв'язку економіко-аксіологічних принципів економічної активності підприємства.

Про вагомість етичного детермінанту в економічному розвитку підприємства останнім часом свідчать і численні рейтинги іноземних компаній, де

прибутковість підприємства не обов'язково є ключовим критерієм відбору. Так, основоположники рейтингу "Сто найкращих компаній, що працюють на Америку" Р. Ліверинг, М. Московіц, М. Катц [17] ключовим критерієм обрали рівень заробітної плати, обсяг пенсій та премій, рівень забезпечення працівників зайнятістю та створення благоприємного клімату трудового колективу. Тоді як в рейтингу "Найвидатніші корпорації Америки" ключовим критерієм вважається: якість управління підприємством; якість виготовленого продукту та представленого сервісу; річні доходи вкладників капіталу; соціальна захищеність та екологічний чинник. Зважаючи на це, підкреслимо, що особливе місце в ієрархії відповідних аксіологічних детермінант займають саме ті, що зміцнюють процес усвідомлення необхідності в удосконаленні соціально-професійного розвитку.

Проведений аналіз розвитку безлічі світових корпорацій економістами-науковцями американських і британських університетів 1997–2000 рр. [14, 15], дає можливість відзначити, що соціальна відповідальність тільки сприяє економічному розвитку компаній, тоді як її уникнення, всупереч, значно обмежує перспективи її успіху. Так, міжнародні компанії, що використовували в діяльності засади соціально-орієнтованого бізнесу, в 2–4 рази нарощували обсяги виробництва порівняно з конкурентами, що звужували свої економічні інтереси [15]. За оцінками спеціалістів Бостонської дослідницької групи в компаніях, що впроваджують принципи соціально-орієнтованої політики, дохідність продажів зростає на 3 %, активів – на 4 %, капіталу та акцій – більш ніж на 10% [14]. В рейтингу України найкращих соціально-відповідальних підприємств можна назвати Корпорацію "Оболонь", Корпорацію "Nestlй" та компанію "Кока-Кола" [18], тоді як для переважної більшості вітчизняних підприємств, як свідчать проведені дослідження професіоналів з питань соціальної відповідальності [17], характерна відсутність соціальної орієнтованості бізнесу, яка вже сьогодні набула традиційного практичного використання на Заході. Не зважаючи на те, що сьогодні практично однакова кількість малих, середніх і великих за розмірами українських підприємств (понад 78,0%) підтвердили свою не інформованість про соціальні напрямки реалізації економічного потенціалу, соціальна відповідальність бізнесу все ж поступово набуває пріоритетності в економічному розвитку підприємств, адекватність якого очікуванням суспільства забезпечує створення певних переваг підприємств на шляху формування їх ключових компетенцій, а саме:

- скорочення обсягу витрат за рахунок того, що ініціативи відносно поліпшення простору функціонування підприємства дають можливість скоротити обсяги витрат на ведення бізнесу;
- удосконалення виробничих процесів за рахунок введення передового обладнання або сучасних технологій, які б відповідали сучасним екологічним та технологічним нормам;

- заохочення працівників, через те що соціальна відповідальність модифікується у відповідальність за працівників, що зрештою надають перевагу роботодавцю, який враховує їх цінності;
- психологічні фактори заохочення, оскільки відповідальність за підлеглих трансформується в умови для забезпечення сприятливого клімату на підприємстві, що підвищує результати економічного розвитку;
- підвищення ділової репутації підприємства та розпізнавання бренду, що зменшує ризики від можливої втрати ринків і покращує доступ до нових ринків завдяки відповідного визнання суспільством, а також посилює стосунки підприємства з наявною клієнтською базою;
- забезпечення безпечності та якості під час виробництва та обігу вироблених продуктів.

Висновки та пропозиції подальших досліджень.

Соціальну відповідальність запропоновано розглядати як складову економічного потенціалу підприємства, що спроможна нарощувати його наявні ресурси та приховані можливості шляхом задоволення соціальних вимог персоналу та зацікавлених сторін.

Реалізація економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу поряд з головними принципами здійснення економічної діяльності має ґрунтуватися на ключових аксіологічних детермінантах, що внаслідок покращення якості та рівня життя оточуючого суспільства сприятиме досягненню стратегічних пріоритетів економічного розвитку підприємств. Враховуючи це доведено, що використання аксіологічних детермінант в реалізації економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу сприятиме успішній інтеграції бізнесу в соціальну площину, гармонізації інтересів приватного капіталу та громадськості, а також стабілізації їх взаємовідносин. Завдяки цьому підприємства нарощуватимуть конкурентні переваги шляхом формування ключових компетенцій за рахунок реалізації своїх бізнес-ініціатив, які не вступатимуть в суперечність із суспільством, що забезпечуватиме нарощення ринкової вартості їх бізнесу в перспективі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Благоев Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность и бизнес-образование / Ю.Е. Благоев // Бизнес-образование. – 2007. – № 1(22). – С. 49–52.
2. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? Журнал "Києво-Могилянська Бізнес Студія", №10, 2005: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/cm/cm037.html>
3. Гришова И.Ю. Социально-экономическое развитие предприятий в контексте решения экономических конфликтов. / И.Ю. Гришова, Л.Е.Лебедь //Актуальные проблемы экономики и управления, 2015.- №2. – С.33-37
4. Краплич, Р. Корпоративна соціальна відповідальність українського бізнесу: Досвід Фондації Острозьких: Посібник для бізнесу та неприбуткових організацій [Текст] / Р. Краплич; Фондація ім. князів-благодійників Острозьких. – Рівне, 2005. – 74 с.

5. Кричевський Н. Корпоративная социальная ответственность / Н. Кричевський, С. Гончаров. – Дашков и Ко, 2007. – 216 с.
6. Крюкова І.О. Ресурсний потенціал аграрних підприємств та комплекс заходів з його відтворення і раціонального використання / І.О. Крюкова. Вісник ХНАУ. Серія “Економіка АПК і природокористування”. – № 3. – Харків, 2007. – с. 94-98
7. Кужель В.В. Очікуваний результат соціальної відповідальності бізнесу та його вплив на стратегічний розвиток економіки агропродовольчої сфери [Електронний ресурс] / В.В. Кужель // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 3. – С. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>.
8. Социальная ответственность: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sistema.ru>.
9. Социальная ответственность бизнеса: лучшие практики: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socotvet.ru/>. CSR and Apparel Industry in Jordan: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bsr.org/>.
10. Соціальна відповідальність бізнесу – міф чи реальність: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.csr.aiasec.lviv.ua/>.
11. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.un.org.ua/ua/>.
12. Crane A. Business Ethics / A. Crane, D. Matten. – Oxford: Oxford University Press, 2007. – 566 p.
13. Corporate Social Responsibility and Corporate Values: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eba.com.ua/>.
14. CSR and Apparel Industry in Jordan: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bsr.org/>.
15. International Institute for Management Development, IMD: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.imd.org/uupload/imd.website/wcc/scoreboard.pdf>
16. The Global Competitiveness Index 2014-2015: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015>
17. <http://document.ua/docs/tdoc8391.php>
18. <http://svb.org.ua/reports>