

УДК [330.341.1: 008.2]: 303.68 (477.8)

А. А. Антохов,
 д. е. н., доцент, доцент кафедри економічної теорії, менеджменту і адміністрування,
 Чернівецький національний університет імені Ю. Федьковича, м. Чернівці

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

A. Antohov,
 doctor of economics, associate professor, associate professor of the department of economic theory,
 management and administration, Chernivtsi national university named after Yu. Fedkovich

INNOVATIVE INSTITUTIONAL STRATEGY OF SOCIAL AND SECURITY INDIVIDUAL BISNES

Сучасна економічна ситуація на світовому ринку вимагає формування принципово нової концепції розвитку бізнесу, яка повинна бути заснована на інноваційному соціально-орієнтованому типі економічного розвитку. У статті сформульована концепція формування стратегії розвитку соціально-відповідального бізнесу, виділені етапи, структуровані принципи і закономірності інноваційних стратегій соціально відповідального бізнесу. Визначено та виокремлено соціальна природа соціальних інновацій та їхній вплив на бізнес. Доведено, що соціальні інновації можуть виступати механізмом просування процесу накопичення соціального капіталу організації і складових його капіталу довіри, суспільного визнання, знайомства та інших реальних або потенційних соціальних ресурсів бізнесу. Побудовано інноваційну модель сталого розвитку компанії, на основі якої досліджено взаємозв'язок інноваційної концепції соціальної відповідальності, сталого розвитку компанії та корпоративної стійкості. Виокремлено Основні етапи інноваційної стратегії соціальної відповідальності бізнесу. Вказано, що концепція формування інноваційної стратегії соціально відповідального бізнесу передбачає наявність шести концептуальних складових, з'єднання яких слід розглядати як взаємопоєднання, взаємодоповнення і взаємозалежність цих складових.

The current economic situation in the world market requires the formation of a fundamentally new concept of business development, which should be based on an innovative socially-oriented type of economic development. The article formulates the concept of forming a strategy for the development of socially responsible business, identified stages, structured principles and patterns of innovative strategies for socially responsible business. The social nature of social innovation and its impact on business are identified and isolated. It is proved that social innovations can act as a mechanism for promoting the process of accumulation of social capital of an organization and its constituent capital of trust, public recognition, acquaintance and other real or potential social resources of business. The innovative model of sustainable development of the company was constructed on the basis of which the relationship between the innovative concept of social integrity, sustainable development of the company and corporate sustainability was investigated. The main stages of the innovative strategy of corporate social responsibility are outlined. It is stated that the concept of forming an innovative strategy for socially responsible business involves the presence of six conceptual components, the connections of which should be regarded as interconnection, complementarity and interdependence of these components.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, інноваційні стратегії, інноваційні стратегії соціально-відповідального бізнесу, формування інноваційної стратегії, концепція корпоративної соціальної відповідальності.

Key words: social responsibility of business, innovative strategies, innovative strategies of socially responsible business, formation of innovation strategy, concept of corporate social responsibility.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Проблема корпоративної соціальної відповідальності є однією з проблем, яку можна назвати міждисциплінарною та поліпарадигмальною. Спроби предста-

вити особливо досконалу концепцію КСВ можна зустріти в роботах економістів, соціологів, політологів, філософів. Свій внесок в її розуміння вносять також власники бізнесу і його менеджменту. Розпочатий в

Таблиця 1. Економічна природа соціальних інновацій

Об'єкт впливу	Інноваційний зміст соціально відповідального ресурсозабезпечення бізнесу
Соціальний капітал	Вільна комунікація, гнучкість і динамізм структури внутрішніх взаємодій персоналу фірми
Інтелектуальний капітал	Формування та підтримка творчої атмосфери, цілеспрямоване виховання інноваційно налаштованих трудових колективів
Людський капітал	Творче перетворення систем професійного навчання і мотивації професійного розвитку персоналу, підтримка прагнень до самореалізації серед найманих працівників

1950—1960 рр. минулого століття дискурс про соціальну відповідальність бізнесу [1, с. 7] активно триває і досі. Не вдаючись в історичний екскурс еволюції ідей про корпоративну соціальну відповідальність, все ж відзначимо, що, незважаючи на активний характер дискусій, в побудові моделі ефективної взаємодії бізнесу, суспільства і держави ще залишається чимало питань.

Яка мотивація і джерела цілепокладання соціально-орієнтованої діяльності корпорацій? Чим визначаються і як широко простягаються межі соціальної відповідальності бізнесу? Чи повинна держава регулювати і визначати форми та напрями їх соціальної діяльності? Яку позицію по відношенню до практики корпорацій в сфері корпоративної соціальної відповідальності повинні займати суспільство і організації, що представляють різні соціальні групи? У роботах економістів тема соціальної відповідальності бізнесу досить широко обговорюється в контексті етики ділової поведінки та рідко аналізується в зв'язку з новими ціннісно-смісловими аспектами соціальної діяльності бізнесу, що відображають складні процеси, що відбуваються в сучасному соціумі та в процесі формування технолого-сингулярного етапу розвитку економіки [2, с. 74—75].

ОСТАННІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПУБЛІКАЦІЇ

Різноманітні питання теорії та практики взаємовідносин влади, бізнесу та суспільства досліджувалися у працях зарубіжних науковців: М. Альберта, Х. Боуена, А. Керолла, Ф. Котлера, Дж. Ленсена, М. Месконі, Л. Нельсона, М. Портер, Ж. Сапіра, С. Холмса, Ф. Хедоури.

Дослідженню стратегій соціальної відповідальності бізнесу присвячено наукові праці багатьох вітчизняних вчених, зокрема, П. Бурковського, А. Гальчинського, Л. Верховодова, О. Дергачова, О. Мартякова, О. Пасхавер, І. Рейтерович, О. Сушко та ін. Разом з тим, вивчення і пошук інноваційних стратегій соціальної відповідальності бізнесу в умовах технологічної сингулярності в нашій країні знаходяться на стадії становлення. Недостатньо вивченими є підходи до відносин бізнесу, суспільства і держави як до джерела розвитку національної економічної системи в умовах інноваційного розвитку. Подальшого аналізу потребує інноваційна взаємодія бізнесу і держави, орієнтована на інтереси суспільства.

У сучасних умовах глобальних економічних викликів, інноваційного розвитку суспільства назріла нагальна потреба в дослідженні новітніх стратегій соціальної відповідальності, їх механізму та сучасних концепцій

[3]. Також важливим є вивчення світового досвіду застосування СВБ у діяльності провідних компаній, а також впровадження цього досвіду на вітчизняних підприємствах для формуванні конкурентоспроможності.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є дослідження інноваційних стратегій соціальної відповідальності бізнесу як необхідної передумови ефективного функціонування підприємства, та виявлення ролі інновацій в формуванні конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

В умовах сучасної ринкової економіки успішне позиціонування бізнесу недосяжно без організації співпраці на підставі довгострокових договірних взаємозв'язків, планування результатів спільної діяльності, нововведень, спрямованих на обслуговування соціальних потреб [3]. Соціальні інновації можуть виступати механізмом просування процесу накопичення соціального капіталу організації і складових його капіталу довіри, суспільного визнання, знайомства та інших реальних або потенційних соціальних ресурсів бізнесу.

У цьому ракурсі намічається реструктуризація відносин розподілу, обміну та споживання соціальних благ як колективного блага, перегрупування елементів соціальної інфраструктури бізнесу. Комерційна вигода від нестандартних підходів до ринкових комунікацій виникає з нових можливостей соціальних рішень [4, с. 42—43].

Якнайшвидшу окупність демонструють цілеспрямовані капіталовкладення в соціальні інновації, що підвищують якість наявних виробничих ресурсів до конкурентоспроможного і перспективного рівня. Суттєвою практичною значущістю володіє соціальне оновлення трудових ресурсів як результат впровадження передових управлінських розробок в сферу освіти, охорони здоров'я, соціального захисту [5]. Сутність соціального новаторства комерційної компанії полягає в креативному з'єднанні соціальної місії бізнесу з високими показниками економічної ефективності та підприємницьким підходом до формування соціального капіталу фірми. Менеджмент соціально відповідальної фірми тісно пов'язаний з накопиченням і продуктивним споживанням інтелектуального і людського капіталів [6].

Проблема соціальних інновацій трудової сфери зачіпає такі аспекти: інноваційний розвиток соціальної

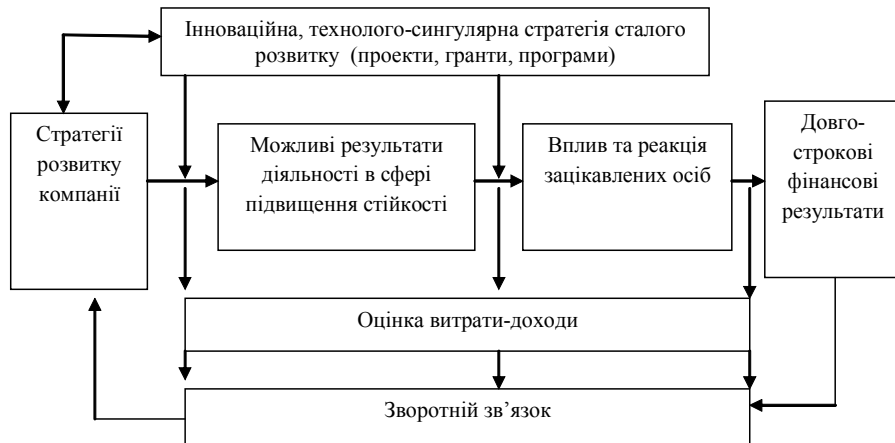


Рис. 1. Інноваційна модель сталого розвитку компанії

інфраструктури підприємства, впровадження проривних соціальних технологій організації виробництва і управління персоналом, закупівля і впровадження машин і обладнання нового покоління, що забезпечує підвищений рівень комфорту та зручності експлуатації [7]. Соціальна сфера і соціальна робота підприємства формує умови накопичення і відшкодування інноваційних нематеріальних активів фірми, в числі яких компоненти соціального, людського та інтелектуального капіталів фірми (табл. 1).

Концепція технологічно-сингулярного розвитку, в більшій мірі відноситься до макрорівня і включає глобальні економічні, соціальні, інноваційні, технологічні та екологічні проблеми всього суспільства, що на перший погляд, практично непридатні на мікрорівні [8, с. 225—227]. Така інноваційна стратегія повинна сприяти сталому розвитку підприємства та підвищенню загального рівня СВ. Ряд дослідників пропонують визначити сталий розвиток компанії як такий, що не буде негативно відбиватися на потребах майбутніх стейкхолдерів компанії. Подібні точки зору можна знайти в роботах

Ю.Є. Благова (який, в свою чергу, посилається на Р. Шторера), Т. Діллака і К. Хотерса [9, р. 38—42]. Однак ці визначення містять ряд внутрішніх протиріч, оскільки період існування компаній не дозволяє говорити про повноцінну зміну поколінь їх стейкхолдерів.

Ми повинні відмітити, що актуальною проблемою також є змішання таких понять, як "сталий розвиток" і "стійкість". Як правило, у вітчизняній і зарубіжній літературі вони використовуються як абсолютні синоніми, хоча це також далеко від дійсності, оскільки "стійкість" є станом, а "сталий розвиток" — процесом досягнення цього стану. Сталий розвиток має в своїй основі розуміння граничного навантаження на навколишнє середовище будь-якого роду, з якого витягуються необхідні суспільству блага. Відповідно, стійким можна вважати такий розвиток, при якому вплив на екологічну, соціальну та економічну сфери не перевищує граничних величин, що допускають можливість відновлення цих сфер.

Тому потрібно розуміти, що застосування будь-якої інноваційної концепції зокрема технологічно-сингулярної повинна бути направлена на покращення та вдоскона-

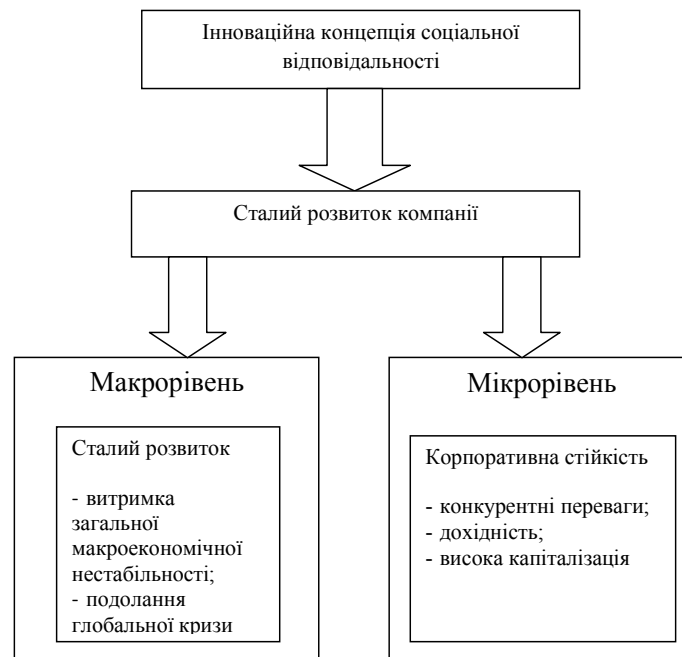


Рис. 2. Взаємозв'язок інноваційної концепції соціальної відповідальності, сталого розвитку компанії та корпоративної стійкості

Таблиця 2. Основні етапи інноваційної стратегії соціальної відповідальності бізнесу

Назва етапу	Зміст етапу
Коротка характеристика стану бізнес-середовища	- соціально-економічний стан СВБ взагалі по Україні; - кількість підприємницьких структур, що відносяться до СВБ; - кадрове забезпечення соціально-відповідальної діяльності; - стан фінансування СВБ; - стан інноваційного розвитку компанії
Аналіз рівня розвитку соціально-відповідальної діяльності компанії	- визначення рівня розвитку СВБ компанії
Стратегічні цілі і показники розвитку діяльності соціальної відповідальності компанії	- система стратегічних цілей соціально-відповідальної діяльності; - стратегічні цілі розвитку СВБ; - найменування показників та їх значення
Бажаний стан СВБ	Характеристика поточного та майбутнього стану СВБ за такими параметрами: - цілі та напрями розвитку інноваційної стратегії СВБ; - процедура пошуку і відбору ідей соціально-відповідальної діяльності; - підхід до управління соціально-відповідальної діяльності; - інформаційне забезпечення соціально-відповідальної діяльності; - моніторинг стану соціально-відповідальної діяльності
Варіанти реалізації інноваційної стратегії СВБ	- загальні позиції, характерні для всіх варіантів формування інноваційної стратегії СВБ; - аналіз варіантів формування інноваційної стратегії СВБ; - критеріальна оцінка формування інноваційної стратегії СВБ; - вибір основного варіанту формування інноваційної стратегії СВБ; - механізм реалізації обраного варіанту формування інноваційної стратегії СВБ
Результати, що очікуються	- перелік зацікавлених сторін; - вигоди для кожної зі сторін; - система показників оцінки рівня розвитку послуг СВБ
Моніторинг за реалізацією концепції	- об'єкти і завдання моніторингу інноваційної стратегії СВБ; - етапи і терміни проведення моніторингу інноваційної стратегії СВБ

лення взаємозв'язку корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку компанії.

Поняття "сталий розвиток компанії" вперше виникає в роботах таких дослідників як Р. Штойрер, Дж. Елкінгтон і М. Епштейн [10]. Сталий розвиток компанії розглядається ними у взаємозв'язку з корпоративною стійкістю. Фактично стійкість є наслідком сталого розвитку компанії. Розглядаючи світовий досвід та досвід вітчизняних науковців, а також застосовуючи сучасну інноваційну, технолого-сингулярну стратегію, можемо побудувати модель сталого розвитку компанії.

На наш погляд, сталий розвиток компанії є новою стратегічною управлінською філософією, інтегрованою в усі сфери діяльності компанії на мікроекономічному рівні. Для неї характерні розширення відповідальності компанії в соціальній, екологічній та економічній сферах, перегляд власної ролі в суспільстві, усвідомлення впливу глобальних викликів на конкурентоспроможність організації і її виживання.

Сталий розвиток компанії з позиції соціальної відповідальності розглядається як одночасне задоволення

запитів зацікавлених сторін і максимізація прибутків компанії [11, р. 603—609]. У своєму дослідженні на основі теоретичного моделювання А. Мак Кей, Т. Мак Кей і Дж. Барні [12] розглядають цю ситуацію як баланс стейкхолдерської задоволеності і максимізації прибутку. Основоположним принципом моделювання є визначення точки еквілібріуму як рівноваги цін акцій компанії, що максимізує прибуток, і компаній, які дотримуються соціально відповідальної поведінки.

У нашому розумінні корпоративна соціальна діяльність реалізується в якості взаємодії зі стейкхолдерами і в рамках концепцій технолого-сингулярного, інноваційного розвитку і створення спільних цінностей. Це може відбуватися як під дією прямих соціальних запитів, так і під тиском актуальних викликів, таких як "інноваційна революція", "інноваційний прорив" і т.д.

Нефінансова звітність в області стійкого розвитку формує у стейкхолдерів компанії сприйняття інноваційної стратегії, що впливає на формування їх актуальних запитів. Сприйняття корпоративних дій є комплексною оцінкою компанії, результатом якої є формування

конкурентної переваги, що сприяє корпоративної стійкості і безперешкодному існуванню бізнесу [13, с. 40—41].

Нам видається помилковими розуміння сталого розвитку компанії виключно як відповідність корпоративної соціальної діяльності законодавчим вимогам та розгляд економічної стійкості як основної характеристики. Сталий розвиток компанії не повинен розглядатися як окрема категорія, пов'язана з іншими лише формально.

У цьому випадку ми говоримо про взаємозв'язок сталого розвитку компаній і різних характеристик конкретного суспільства (технологічного прогресу, економічного розвитку та інших) і говоримо про необхідність інтеграції бізнесу, держави і суспільства в сталий розвиток.

Корпоративну соціальну відповідальність можна трактувати як фактор сталого розвитку компанії, що сприяє такому фінансовому стану підприємства, при якому його господарська діяльність забезпечує виконання всіх корпоративних зобов'язань перед зацікавленими сторонами завдяки достатнім доходам.

При цьому необхідно враховувати, що хоча економічна стійкість і здатна замінити соціальну або екологічну корпоративну стійкість, але не всі види природного капіталу можуть бути замінені економічним капіталом. До того ж, інноваційна концепція сталого розвитку, в якій також виділені три області (екологічна, соціальна та економічна), має на увазі виключення з практики компаній шкідливих моделей виробництва та споживання, що передбачає посилення відповідальності компаній і формування принципів сталого розвитку компанії. З цієї причини, нелогічно зводити корпоративну стабільність, яка набула комплексне поняття, виключно до рівня стійкості економічного капіталу, заперечуючи значимість соціальної та екологічної відповідальності компанії.

Концепція формування інноваційної стратегії соціально-відповідального бізнесу являє собою, систему поглядів на процес формування і реалізації інноваційної стратегії розвитку соціально відповідальності, що встановлює принципи і основні напрямки інноваційного розвитку, а також враховує позиції залучення і використання інвестицій для впровадження технологічно-сингулярного етапу розвитку економіки та здійснення соціальної відповідальності [14].

Базуючись на результатах проведеного дослідження, можна сформулювати основні етапи формування інноваційної стратегії розвитку СВБ, що представлені в таблиці 2.

Концепція формування інноваційної стратегії розвитку СВБ включає наступні основні положення:

1. Адаптивне організаційно-технологічне забезпечення для ефективного вирішення завдань при формуванні інноваційної стратегії СВБ і визначенні параметрів цільового прогнозу за витратами, термінами, періодами та якості повинно бути засноване:

— на методології системного формування інноваційної стратегії СВБ;

— на методах декомпозиції технології, алгоритмів автоматизованого синтезу та адаптації моделей інноваційної стратегії СВБ.

2. Функціональне забезпечення формування інноваційної стратегії СВБ має ґрунтуватися:

— на узагальненні цільових функцій, критеріїв формування інноваційної стратегії СВБ.

3. Організаційно-економічне забезпечення передбачає:

— інтегроване планування формування інноваційної стратегії СВБ.

4. Математично-статистичне забезпечення засноване:

— на математичних моделях формування інноваційної стратегії СВБ;

— на декомпозиції і агрегуванні математичних моделей, заснованих на всебічному розгляді внутрішніх взаємозв'язків інноваційної стратегії СВБ з урахуванням впливу комплексу організаційно-технологічних обмежень;

— на статистичному контролі і математичних методах адаптації моделей.

5. Адаптивне інформаційне забезпечення на базі сучасних інформаційних технологій передбачає:

— формування інформаційної моделі на основі функціонування системних факторів, інноваційних процесів, створення і ведення в банках даних каталогів вихідної інформації для імітаційного моделювання перспективних варіантів функціонування інноваційної стратегії СВБ.

6. Програмне забезпечення передбачає наявність:

— загальної алгоритмічної моделі формування інноваційної стратегії СОП з урахуванням гнучкої системи зміни структури алгоритмів.

ВИСНОВОК

Таким чином, концепція формування інноваційної стратегії соціально відповідального бізнесу передбачає наявність шести концептуальних складових, з'єднання яких слід розглядати як взаємопов'язані, взаємодоповнення і взаємозалежність цих складових. Стрижнем повинна стати інноваційна стратегія розвитку СВБ, яка враховує корпоративну стратегію розвитку.

Застосування концепції формування інноваційної стратегії соціально відповідального бізнесу — підвищити якість управлінських рішень, ефективність діяльності, імідж і конкурентоспроможність.

Література:

1. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А.М. Колот // Економічна теорія. — 2013. — № 4. — С. 5—26.

2. Соціальна відповідальність в досягненні конкурентоспроможності підприємства / О.О. Шутаєва // Культура народів Причорномор'я. — 2014. — № 273. — С. 73—78.

3. Центр "Розвиток корпоративної соціальної відповідальності (КСВ)" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://csr-ukraine.org/%D0%BF%D1%80%D0%BE-%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80/>

4. Carroll A.B. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. Business horizons. — 1991. — Т. 34. — № 34 (4). — Р. 39—48.

5. Петрашко Л.П. Корпоративна соціальна відповідальність в українській бізнес практиці [Електронний ресурс] / Л.П. Петрашко. — Режим доступу: http://iepjournals.com/journals/14-15/2011_6_Petrashko.pdf

6. Як українські компанії впроваджують цілі сталого розвитку — 2018 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://csr-ukraine.org/article/%D1%8F%D0%BA-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%97-%D0%B2%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%B4%D0%B6%D1%83%D1%8E%D1%82%D1%8C/>

7. Національна доповідь "Цілі сталого розвитку: Україна-2017", яка визначає базові показники для досягнення Цілей сталого розвитку (ЦСР) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.un.org.ua/ua/publikatsii-ta-zvity/un-in-ukraine-publications/4203-2017-natsionalna-dopovid-tsili-stalohorozvytku-ukraina-iaka-vyznachaie-bazovi-pokaznyky-dlia-dosiahnennia-tsilei-staloho-rozvytku-tssr>

8. Антохов А.А. Регіональна економіка та інтелектуалізація суспільства: інноваційні аспекти взаєморозвитку [Текст]: монографія / А.А. Антохов. — Львів: ПП "Видавництво "БОНА"", 2016. — 420с.

9. Dyllick T. and Hockerts K.: 2002, 'Beyond the Business Case for Corporate Sustainability', Business Strategy and the Environment 11. — P. 131.

10. Epstein M. J., Roy M.-J. Making the business case for sustainability. linking social and environmental actions to financial performance. Journal of Corporate Citizenship 9, 2003, p.79—96; Epstein M. J., Roy M.-J. Sustainability in action: identifying and measuring the key performance drivers. Long Range Planning 34, 2001. — P. 585—604.

11. McWilliams A., & Siegel D. (2000). Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification? — Strategic Management Journal, 21 (5), 603—609.

12. Mackey Alison, Mackey Tyson B., Barney Jay B.. Corporate Social Responsibility and Firm Performance: Investor Preferences and Corporate Strategies // Working paper. — 2005.

13. Ахновська І.О., Лепіхова О.Ю. Механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах України. Економіка і організація управління. — 2016. — № 1 (21). — С. 36—44.

14. Конкурс "SDG in Ukraine: Look of New Generation (Цілі сталого розвитку: погляд нового покоління)" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://globalcompact.org.ua/news/konkurs-sdg-in-ukraine-look-of-newgeneration-tsili-stalogo-rozvytku-poglyad-novogo-pokolinnya/>

References:

1. Kolot, A.M. (2013), Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist': evoliutsiia ta rozvytok teoretychnykh pohliadiv [Corporate social responsibility: the evolution and development of theoretical views], Ekonomichna teoriia, Kyiv, Ukraine.

2. Shutaieva, O.O. (2014), "Social responsibility in achieving the competitiveness of the enterprise", Kul'tura narodov Prychernomor'ia, vol. 273, pp. 73—78.

3. Center for CSR Development (CSR Ukraine) (2016), available at: <http://csr-ukraine.org/%D0%BF%D1%80%D0%BE-%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80/> (Accessed 05 Sept 2018).

4. Carroll, A.B. (2001), "The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders", Business horizons, vol. 34, no. 34 (4), pp. 39—48.

5. Petrashko, L.P. (2011), "Corporate Social Responsibility in Ukrainian Business Practice", available at: http://iepjournals.com/journals/14-15/2011_6_Petrashko.pdf (Accessed 05 Sept 2018).

6. Center for CSR Development (CSR Ukraine) (2018), "How Ukrainian companies implement sustainable development goals — 2018", available at: <http://csr-ukraine.org/article/%D1%8F%D0%BA-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%97-%D0%B2%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%B4%D0%B6%D1%83%D1%8E%D1%82%D1%8C/> (Accessed 05 Sept 2018).

7. UN House in Ukraine (2017), "National Report "Sustainable Development Goals: Ukraine-2017", which defines benchmarks for achieving the Sustainable Development Goals (CSR)", available at: <http://www.un.org.ua/ua/publikatsii-ta-zvity/un-in-ukraine-publications/4203-2017-natsionalna-dopovid-tsili-stalohorozvytku-ukraina-iaka-vyznachaie-bazovi-pokaznyky-dlia-dosiahnennia-tsilei-staloho-rozvytku-tssr> (Accessed 05 Sept 2018).

8. Antokhov, A.A. (2016), Rehional'na ekonomika ta intelektualizatsiia suspil'stva: innovatsijni aspekty vzaemorozvytku [Regional economy and intellectualization of society: innovative aspects of interdependence], PP "Vydavnytstvo "BONA"", L'viv, Ukraine.

9. Dyllick, T. And Hockerts, K. (2002), "Beyond the Business Case for Corporate Sustainability", Business Strategy and the Environment, vol. 11, pp.130—141.

10. Epstein, M. J. and Roy, M.-J. (2003), "Making the business case for sustainability. linking social and environmental actions to financial performance", Journal of Corporate Citizenship, vol. 9, pp.79—96.

11. McWilliams, A. and Siegel, D. (2000), "Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification?", Strategic Management Journal, vol. 21 (5), pp. 603—609.

12. Mackey, A. And Mackey, T. B. and Barney, J. B. (2005), Corporate Social Responsibility and Firm Performance: Investor Preferences and Corporate Strategies, Academy of Management Review, vol. 32(3).

13. Akhnov's'ka, I.O. and Lepikhova, O.Yu. (2016), "The mechanism of introduction of corporate social responsibility at the enterprises of Ukraine", Ekonomika i orhantzatsiia upravlinnia, vol. 1 (21), pp. 36—44.

14. Global Compact Network Ukraine (2017), "SDG in Ukraine: Look of New Generation", available at: <https://globalcompact.org.ua/news/konkurs-sdg-in-ukraine-look-of-newgeneration-tsili-stalogo-rozvytku-poglyad-novogo-pokolinnya/> (Accessed 05 Sept 2018).

Стаття надійшла до редакції 07.09.2018 р.