

Соціальна відповідальність страхового бізнесу як інструмент міжнародної конкурентоспроможності

Охріменко О.О.

доктор економічних наук, професор,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Гранченко Е.Е.

студент,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Розглянуто еволюцію розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на основі трансформації ключових цінностей та зміни ролі і місця у суспільстві та у бізнесі. Проаналізовано теоретичні підходи до визначення взаємозв'язку між КСВ та результативністю діяльності з виділенням профільного інструментарію досягнення поставлених цілей. Систематизовано конкурентні переваги страхового бізнесу від упровадження у практику діяльності КСВ. Виявлено фактори впливу КСВ на результативність страхового бізнесу на різних рівнях економічних відносин. Подано власне бачення пріоритетності елементів міжнародної моделі піраміди КСВ. Проведено аналогію між функціями страхування, КСВ та соціальною функцією держави.

Ключові слова: забезпечення, майнові інтереси, ефективність діяльності, економічні відносини, соціальна економіка.

Охрименко О.О., Гранченко Э.Э. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТРАХОВОГО БИЗНЕСА КАК ИНСТРУМЕНТ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Рассмотрена эволюция развития корпоративной социальной ответственности (КСВ) на основании трансформации ключевых ценностей и изменения роли и места в обществе и бизнесе. Проанализированы теоретические подходы к определению взаимосвязи между КСВ и результативностью деятельности с выделением профильного инструментария достижения поставленных целей. Систематизированы конкурентные преимущества страхового бизнеса от внедрения в практику деятельности КСВ. Определены факторы влияния КСВ на результативность страхового бизнеса на разных уровнях экономических отношений. Дано собственное видение приоритетности элементов международной модели пирамиды КСВ. Проведена аналогия между функциями страхования, КСВ и социальной функцией государства.

Ключевые слова: страхование, имущественные интересы, эффективность деятельности, экономические отношения, социальная экономика.

Okhrimenko O.O., Granchenko E.E. SOCIAL RESPONSIBILITY OF INSURANCE BUSINESS AS AN INSTRUMENT OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS

In the process of research, the evolution of corporate social responsibility development is considered on the basis of the transformation of key values and the changing role and place in society and in business. Theoretical approaches to the definition of the relationship between CSR and the effectiveness of activities with the allocation of profile tools for achieving the goals are analysed. The competitive advantages of insurance business from the introduction of CSR practices are systematized. The factors of CSR influence on the effectiveness of insurance business at different levels of economic relations are revealed. The actual vision of the elements of the international model of the CSR pyramid, which focuses attention on environmental issues, society in general, taking into account socio-cultural issues, the use of technologies and observance of political rights of individuals, is given. An analogy between the functions of insurance, CSR and the social function of the state has been carried out.

Keywords: security, property interests, efficiency of activity, economic relations, social economy.

Постановка проблеми. Зростання популярності корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) серед страхових компаній зумовлено прагненням до посилення ділового іміджу, що базується на їхній довгострокових інтересах. З одного боку, топ-менеджмент несе відповідальність за результати діяльності, з іншого – стейкхолдери можуть впливати на

процес прийняття рішень. Ця взаємодія може бути покладена в основу формування та реалізації стратегії розвитку компанії, цільовими установками якої є: посилення корпоративної репутації, довіри з боку зацікавлених сторін (клієнти, працівники, регулятивні органи, постачальники та інвестори), удосконалення процесу управління ризиками, збільшення

обсягів страхових премій тощо. Усе перелічене формує основу конкурентоспроможності страховика, яка у майбутньому сприятиме отриманню додаткових доходів.

Частка пріоритетів КСВ у стратегії розвитку страховика має тісну залежність від рівня розвитку національної економіки, державної політики, готовності суспільства до якісних змін. Все це формує модель КСВ на рівні страхової компанії за участі держави, бізнесових структур, страхувальників.

Сталість розвитку країни, національна безпека, добробут громадян залежать від низки факторів, проте в умовах соціальної економіки саме соціальна компонента набуває домінуючого характеру. Поєднання принципів сталого розвитку та соціальної відповідальності у діяльності страховика формує дієвий інструментарій конкурентоспроможності як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Аналіз досліджень і публікацій. Для цілей нашого дослідження ми акцентували увагу на роботах, що пов'язують КСВ, страхову діяльність та конкурентоспроможність і базуються на поєднанні ринкових та соціальних підходів до формування ефективності бізнесу.

Науковою думкою сформовано потужну теоретико-методологічну основу для розуміння та подальшого дослідження КСВ. Р. Акерман, Р. Бауер, Г. Боуен, Д. Вотав, П. Друкер, А. Керролл, С. Сеті, В. Фредерік по праву вважаються ідеологами нового напрямку, який увібрав у себе кращі практики менеджменту, економіки, психології, конфліктології тощо. Міждисциплінарний підхід дає можливість залучити до дослідження представників різних галузей науки та практичної діяльності. Підвищений інтерес до теми свідчить про її багатогранність та стрімкий розвиток.

Г. Агуїніс, А. Главас обґрунтували багаторівневу та багатопрофільну теоретичну базу дослідження КСВ на основі інституційного, організаційного та індивідуального рівнів аналізу. Дослідники оцінили вплив зацікавлених сторін на внутрішні та зовнішні результати підприємства. Автори акцентують увагу на розривах знань, що пов'язані із прийняттям різних теоретичних баз досліджень, та надають конкретні пропозиції щодо проектування, вимірювання та аналізу даних, які сприятимуть проведенню подальших наукових розвідок [14].

А. Брік, Б. Реттаб та К. Мелакхі досліджують наслідки корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) для ринкової орієнтації та продуктивності підприємств, що функціонують у країнах з емерджентними економіками.

Група науковців стверджує, що КСВ здійснює синергічний вплив на ринкову орієнтацію та ефективність бізнесу [16].

Р. Ку у результаті дослідження діяльності готелів у Китаї виявив, що, хоча ринкова орієнтація та КСВ можуть підвищити продуктивність, проте після введення КСВ безпосередній вплив ринкової орієнтації на продуктивність значно зменшується. Дослідник пояснює цей феномен наявністю соціалістичної спадщини у країні, проте мають місце докази того, що вплив ринкової орієнтації на показники діяльності є опосередкованим КСВ. Таким чином культура, орієнтована на ринок, перетворюється на вищу організаторську діяльність, що базується на принципах КСВ [26].

Група авторів, яка досліджує особливості становлення інституту КСВ в Південно-Африканській Республіці, вважають, що поряд із КСВ важливим індикатором перевірки ефективності діяльності підприємства є корпоративні соціальні інвестиції (КСІ). З тиском глобалізації та збільшенням тягаря урядів щодо надання комплексних соціальних послуг більшої актуальності набуває діяльність підприємств, спрямована на перерозподіл цього навантаження. Автори співвідносять процеси КСВ та КСІ з індексом соціально-відповідальних інвестицій з метою оцінювання корпоративної поведінки підприємств [21].

Досвід упровадження КСВ у практику страхових компаній досліджено у працях Ф. Оловокудейо, С. Адулоджу, С. Оке [24], Б. Шолтенса [28] та інших.

Таким чином, питання КСВ є досить актуальним для країн з емерджентними економіками. У кожній національній бізнес-спільноті є своя система цілей, цінностей, зобов'язань, культури ведення бізнесу. Проте в умовах нової соціальної економіки вони набувають соціального спрямування.

Якщо говорити про напрацювання української науки, то тут варто згадати прикладну працю під керівництвом О.Ф. Новікової, яка базується на великому обсязі польових досліджень у формі експертного опитування наукових фахівців та освітян України з проблем соціальної відповідальності особистості, суспільства, бізнесу та держави [8]. Монографія О.П. Гоголі та І.П. Кудінової розглядає проблеми КСВ скрізь призму філософії поведінки та концепції формування суспільства на основі сталого розвитку [3].

Теоретико-методологічні та прикладні засади становлення та розвитку КСВ розглядаються у монографії А.М. Колота. [5].

Узгодження інтересів різних груп стейкхолдерів на основі КСВ розкриваються у праці Т.Р. Антошко, П.В. Круша та Ю.В. Тюленєвої [1]. В. Кривоус розглядає стратегічні імперативи КСВ у розрізі ТНК, держави та суспільства в умовах глобалізації [7].

Постановка завдання. Метою статті є виявлення ролі і місця КСВ у зміцненні міжнародної конкурентоспроможності страхових послуг. Для цього вирішено такі завдання: проаналізувати теоретичні підходи до визначення взаємозв'язку між КСВ та фінансовою ефективністю діяльності компаній; розкрити специфіку світового тренду розвитку КСВ; виявити конкурентні переваги страхового бізнесу від упровадження принципів КСВ; оцінити практику КСВ в Україні; виявити фактори впливу КСВ на результативність страхового бізнесу на різних рівнях економічних відносин. Для досягнення поставлених цілей використовуються методи порівняння (під час дослідження підходів до соціальної відповідальності різних авторів), індукції та дедукції – під час побудови логічних висновків на основі вищенаведених підходів, аналізу (під час дослідження історичної еволюції поняття соціальної відповідальності) та узагальнення.

Виклад основного матеріалу. У 2000 р. ООН започаткувала корпоративну ініціативу сталого розвитку у світі, яким став Глобальний договір, що базується на принципах у галузі прав людини, праці, навколишнього середовища та боротьби з корупцією. За даними на кінець 2017 р. підписантами Глобального договору є понад 9500 компаній та 3000 некомерційних організацій, що представляють більше ніж 160 країн та діяльність яких підтримується 76 місцевими мережами [29, с. 13]. З них тільки 105 страхових компаній, із них 39 – це компанії із страхування життя та 66 – компанії з ризикових видів страхування. У регіональному розрізі структура учасників глобального договору виглядає таким чином: Франція – 12 учасників, Мексика – 10, Аргентина – 9, Швеція та Японія – по 6, Іспанія та США – по 5. Інші країни представлені незначною кількістю учасників [30].

Активізація цього тренду пов'язана із зростанням очікування трансформації цінностей бізнесу з боку суспільства. Все більше людей усвідомлює важливість соціальної та екологічної компонент повсякденного життя. Змінюються стандарти для бізнесу: зростає пріоритетність впровадження принципів КСВ в діяльність компаній. Все більше керівників компаній у своїй діяльності оперують такими

поняттями, як корпоративне громадянство, корпоративний сталий розвиток, відповідальне інвестування, соціальні інновації.

Р. Мюррей, Й. Каулер-Гріц і Ж. Мулган вважають, що джерелом соціального тренду є нова соціальна економіка, яка має такі характеристики [23, с. 4–5]:

- Інтенсивне використання розподілених мереж для підтримання та управління відносинами, яке допомагає широкосмуговим, мобільним та іншими засобами зв'язку.

- Розмиті кордони між виробництвом і споживанням.

- Наголос на співпраці та на повторних взаємодіях, догляді та підтримці, а не одnorазовому споживанні.

- Сильна роль цінностей та місій.

Резюмуючи позитивне значення КСВ, Й. Галбрікс зазначає: «По-перше, завдяки встановленій справедливості соціально відповідальна діяльність, як видається, є засобом зменшення плинності кадрів. По-друге, задовольняючи потреби юристів клієнтів, КСВ, ймовірно, підвищить рівень задоволеності клієнтів. Нарешті, діяльність із КСВ забезпечує видимі сигнали, за якими зацікавлені сторони виводять різні позитивні характеристики фірм, створюючи, таким чином, можливість підвищити загальну репутацію фірми» [19, с. 411].

Зважаючи на вітчизняну практику страхування, коли клієнтам доводиться залучати адвокатів та подавати позови до суду задля отримання страхового відшкодування, багатьом вітчизняним страховикам необхідно ввести у практику елементи КСВ. Так, за даними Нацкомфінпослуг, за період із 01.12.2016 р. по 31.05.2017 р. надійшло 2670 звернень фізичних та юридичних осіб із питань страхової діяльності, що на 265 звернень більше, ніж за аналогічний період попереднього року. Загальний обсяг виплат страхового відшкодування страховими компаніями, за результатами розгляду Нацкомфінпослуг звернень за зазначений період, становив 52,21 млн. грн. Це десятки мільйонів недоотриманих страхувальниками гривень, що погіршує їхнє матеріальне становище.

Таким чином, страховий бізнес від упровадження КСВ отримує чимало переваг: від залучення та збереження кваліфікованого персоналу до підвищення рівня конкурентоспроможності. Впровадження КСВ в ділову практику позитивно впливає на відносини та взаємодію з ключовими зацікавленими сторонами, включаючи клієнтів, громади, постачальників та партнерів. Водночас чимало

компаній вважає, що реалізація продукції (робіт, послуг) та задоволення потреб клієнтів є більш важливим завданням, ніж КСВ. За даними дослідження «Монітор корпоративної соціальної відповідальності», КСВ-фактори визначають імідж компанії на 49%, її бренд – на 35%, а фінансовий стан – на 10%.

Дискусії щодо доцільності впровадження КСВ ведуться з моменту започаткування цього напрямку. Теорії стейкхолдерів, достатності/недостатності ресурсів, опортунізму менеджменту, синергетичної дії по-різному трактують взаємозв'язок між соціальною відповідальністю та фінансовою ефективністю підприємств, проте сходяться у спільній тезі щодо результативності впливу КСВ на фінансову ефективність (табл. 1). Інша справа, що ефективність може бути різною та не відповідати очікуванням стейкхолдерів.

Протягом останніх п'ятдесяти років відбулася суттєва трансформація цінностей КСВ та її ролі у суспільстві. Починаючи з боротьби за права жінок, споживачів, навколишнє середовище, КСВ пройшло через стадії корпоративної соціальної відповідальності, реагування та результативності, яка, у свою чергу, знайшла прояв у етиці бізнесу, управлінні відносинами із зацікавленими групами, корпоративному громадянстві та сталому розвитку (рис. 1).

У західних країнах соціальна відповідальність бізнесу функціонує як стійкий соціальний інститут, вона раціональна та ефективна, це відрізняє її від благодійності та філантропії. [8, с. 137–138]. Україна приєдналася до Гло-

бальної угоди ООН, і саме соціально активні компанії поклали початок практиці реалізації проектів, спрямованих на сталий розвиток. Однак, як вважає Н.П. Борецька, з одного боку, підприємці практично не одержують замовлень соціального характеру, з іншого – у них недостатньо фахівців, які можуть розробити соціальну стратегію компанії. Саме відсутність соціального замовлення на корпоративну соціальну відповідальність зумовлює особливості її розвитку в нашій країні [2, с. 80].

Отже, має місце тенденція імплементації напрацьованого передового досвіду у практику вітчизняних компаній. Це підтверджує і Б. Краснянський, який зазначає, основні світові тренди у сфері розвитку вітчизняного бізнесу, а саме [6, с. 8–9]: корпоративна відповідальність охоплює весь ланцюжок створення вартості (компанії встановлюють вимоги для постачальників та підрядників); принцип прозорості, котрий вимагає від компаній публікації нефінансової звітності; принципи прозорості, що висувуються компаніям під час публікації нефінансової звітності; суттєвий вплив відповідальної поведінки компанії на мотивацію персоналу; кооперування компаній із метою вирішення проблем суспільства; просування ідей КСО на споживачів з метою оптимізації споживання [6].

В Україні зроблено чимало для становлення та розвитку інституту соціальної відповідальності. Так, у 2009 р. відбулися Парламентські слухання, де було зазначено низку проблем, що перешкоджають розвитку КСВ в Україні, таких як: обмежене заохочення КСВ; викрив-

Таблиця 1

Теоретичні підходи до визначення взаємозв'язку між КСВ та фінансовою ефективністю діяльності компаній

Теорія / представники	Інструментарій	Цінність
Теорія стейкхолдерів / Фріман, Дональдсон, Прістон	Балансування цілей, задоволення вимог стейкхолдерів	Зростання фінансової ефективності, конкурентоспроможності
Сигнальна/репутаційна теорія / Фомбран, Шенлі, Гревал, Каянд, Робертс, Джонс, Мюррелл	Формування репутації	Гарантія захисту інвестицій
Теорія (не)достатності ресурсів / Крафт, Хейг, Водекк, Грейвс	Інвестування вільних інвестиційних ресурсів у репутаційні проекти	Підвищення рівня КСВ
Теорія опортунізму менеджменту / Прістон, О'Банон	Згортання та ініціація соціальних проектів	Коригування фінансового результату
Теорія заміщення / Фрідман	Витрати на соціальні проекти	Безповоротні неокупні витрати компанії
Теорія синергетичної дії / Прістон, О'Банон, Водекк, Грейвс, Раянс, Орліцький, Шмідт	Соціальні проекти	Взаємний вплив КСВ та фінансової ефективності

Складено авторами на основі [27]

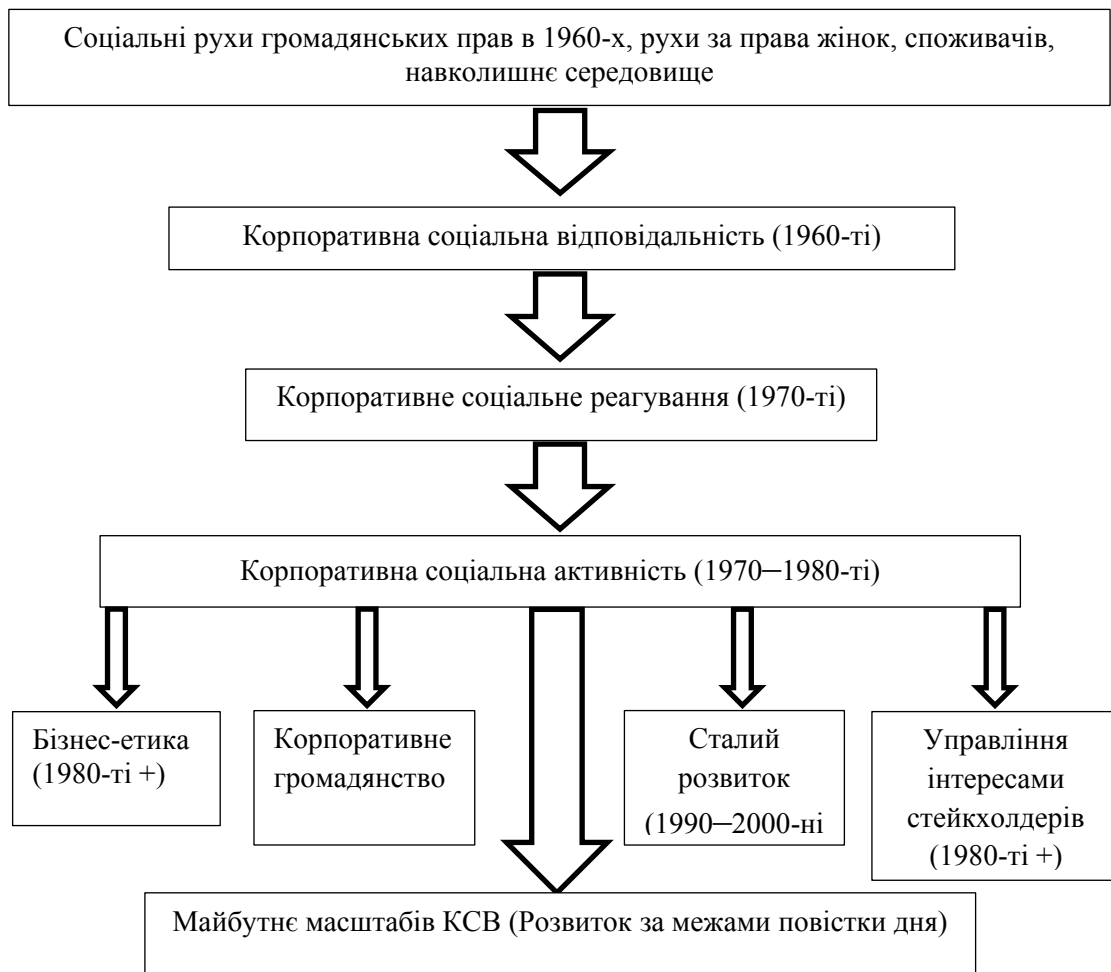


Рис. 1. Еволюція та поширення КСВ [18]

лена роль засобів масової інформації; низька організаційна спроможність груп впливу в Україні; обмежена культура співпраці; необхідність адаптації міжнародних політик СВБ до українських умов; відсутність достатньої кількості ознайомих, зацікавлених та компетентних у КСВ менеджерів. Серед майбутніх напрямів розвитку КСВ визначено: підвищення стратегічності; покращення системності; поглиблення фаховості [9]. Була створена робоча група зі створення проекту Концепції національної стратегії КСВ в Україні. Проте через різних причини стратегія досі не прийнята.

У науковій літературі ведеться активна дискусія з приводу моделі КСВ А. Керолла, яка передбачає наявність економічних, правових, етичних і дискреційних (філантропічних) очікувань стейкхолдерів щодо бізнесових структур [17]. Для нашого дослідження особливий інтерес становить модифікація моделі Керолла, яку розробив Н. Масуд та яка дістала назву міжнародної моделі піраміди КСВ (рис. 2).

У межах цієї піраміди виділяють чотири види відповідальності: економічну, глокальну, правову та етичну, благодійну. Новим елементом є глокальні стимулятори КСВ, які включають у себе умови навколишнього середовища, соціокультурні питання, використання технологій та політичні права. Автор пропонує такий підхід як найбільш прямий шлях для поліпшення перспектив спільноти та одночасного виробництва товарів і послуг, які приносять прибуток акціонерам, та дохід уряду шляхом сплати податків. Міжнародна Піраміда поєднує роль акціонерів та менеджерів у дотриманні соціальної відповідальності, яка втілює постійне зобов'язання бізнесу поводитися юридично, етично та благодійно, одночасно сприяючи економічному розвитку в усьому світі. Це передбачає увагу до проблем охорони навколишнього середовища, суспільства загалом з урахуванням соціокультурних питань, використання технологій та дотримання політичних прав осіб. Якщо цю піраміду адаптувати до цілей страхування, то, на нашу думку,



Рис. 2. Міжнародна модель піраміди КСВ [22]

в основу слід покласти законодавчу та етичну відповідальність. При цьому законодавство охоплюватиме не тільки національні аспекти, але і міжнародні вимоги, оскільки страхування має міжнародний характер, надаючи страховий захист суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності та перестраховуючи ризики за кордоном. Наступний щабель слід відвести глокальній відповідальності як відповіді на потреби суспільства у передачі на страхування ризиків, пов'язаних із завданням шкоди життю та здоров'ю особи, навколишньому середовищу, ризиків інноваційної діяльності, політичних ризиків тощо. На третьому та четвертому щаблях відповідно розміщуватимуться економічний та філантропічний складники. Такий підхід дасть змогу поглибити розуміння цінностей КСВ у сфері страхових відносин. Звичайно, на кожний елемент міжнародної піраміди здійснює вплив низка факторів, що регламентують попит із боку стейкхолдерів на балансування економічних інтересів.

Для більш глибокого розуміння сутності соціальної відповідальності страховика розділимо фактори впливу за рівнями економіки (рис. 3). Як впливає з приведеного рисунку, страхові компанії беруть активну участь у розбудові соціальної держави, переймаючи

на себе частину функцій держави. Так, в Україні досі не відпрацьований механізм державного медичного страхування, натомість страхові компанії впродовж тривалого часу активно вдосконалюють програми добровільного медичного страхування, заснують приватні медичні установи, інвестують у сучасне медичне обладнання тощо.

Як було зазначено вище, страхові компанії залучені до участі у міжнародних операціях. Тож у цьому контексті партнерство у Глобальному договорі ООН посилює їхній статус серед іноземних контрагентів та дає змогу здійснювати операції з перестраховання на кращих умовах.

На думку експертів, найбільші українські приватні компанії значно збільшили рівень розкриття інформації щодо КСВ, що свідчить про їх намір проводити свою діяльність прозоріше. Найчастіше розкривають інформацію про КСВ у сфері трудових відносин, екології, бізнес-профілю і своєї продукції, менше – про антикорупційні питання і діалоги з акціонерами компаній. На жаль, серед лідерів відсутні страхові компанії [10].

КСВ має вагоме значення для розвитку страхування. З одного боку, теорія страхування базується на теорії ймовірності, ризикології,



Рис. 3. Фактори впливу соціальної відповідальності

Розроблено авторами на основі [4, 8, 11,12]

методиці формування резервів, з іншого – не завжди можна відшкодувати завдані збитки шляхом грошової компенсації. Особливо коли йдеться про шкоду, завдану життю і здоров'ю людини. Тому зростає актуальність становлення практики страхової культури, етичних відносин між сторонами. Для керівників страхових компаній важливим є введення соціальної компоненти в усі бізнес-процеси управління. Функція забезпечення, яку виконує страхування, охоплює широкий спектр відносин, пов'язаних зі страховим інтересом, задовольняючи потреби застрахованих осіб у відшкодуванні збитків. Її можна вважати соціальним компонентом страхових відносин, оскільки страхування частково виконує державну соціальну функцію, формуючи профільні фонди для виплати компенсацій. Особливо ця функція проявляється у межах страхування життя, формуючи механізми мінімізації впливу ризиків, пов'язаних із життєдіяльністю людей. Страхові резерви, сформовані на основі добровільного медичного страхування, спрямовуються на лікування та реабілітацію застрахованих

осіб тощо. Колектив італійських науковців, досліджуючи вплив страхування життя на добробут домогосподарств, дійшов висновку, що будь-який фінансовий контракт передбачає довіру, яка тісно корелює з так званим соціальним капіталом, базується на міждисциплінарному підході до формування уявлення про це явище та являє собою нематеріальний ресурс або інструмент для досягнення різноманітних цілей шляхом побудови комунікацій усіма доступними методами [20].

Ще одним напрямом страхування, що містить у собі досить вагомий соціальний компонент, є мікрострахування. Слід відмітити вагомий вклад у дослідження цього питання вітчизняних науковців Л. Шірінян та А. Шірінян. Автори систематизували підходи стосовно теорії мікрострахування та розробили концептуальні напрями його регулювання й розвитку в Україні. На наш погляд, мікрострахування – це ефективний інструмент залучення малозабезпечених громадян до формування страхових фондів, призначених для їх забезпечення у разі непередбачуваних подій [13].

Соціальна функція страхування разом із формуванням корпоративної соціальної відповідальності на рівні кожної страхової компанії створює потужний інструмент взаємодії стейкхолдерів в інтересах всього суспільства.

Висновки. Зважаючи на специфічність категорії страхування, можна стверджувати, що воно виконує низку функцій держави, формуючи відповідні страхові резерви та задовольняючи майнові інтереси застрахованих осіб. КСВ як інституція теж ввібрала у себе низку функцій, що зближує її з цілями державного управління. Під час упровадженні КСВ на рівні страхових

компаній відбувається посилення функції забезпечення соціуму на основі поєднання фондів фінансових ресурсів та передових ідей, спрямованих на покращення умов життя суспільства у контексті цілей сталого розвитку.

Подальшими напрямками наукових розвідок мають стати дослідження взаємозв'язку економічної безпеки та сталого розвитку у контексті формування механізмів КСВ страховими компаніями України на основі солідарної участі, довіри, культури та етики страхування, соціального маркетингу як підґрунтя розвитку ефективних технологій страхування.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Антошко Т.Р., Круш П. В., Тюленева Ю.В. Впровадження корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах: монографія. К.: НТУУ «КПІ». 2013. 275 с.
2. Борецька Н.П. Участь держави у формуванні національної моделі корпоративної соціальної відповідальності. Державне управління. 2013. № 4. С. 80–85.
3. Гоголю О.П., Кудінова І.П. Соціальна відповідальність бізнесу: монографія. Каб. Міністрів України, Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. Ніжин: Лисенко М. М., 2011. 175 с.
4. Ільїн В.В., Скринник З.Е., Хоружий Г.Ф. та ін. Моральний вимір економіки: соціальна відповідальність бізнесу та економічна ефективність: монографія. Ред. Г. Ф. Хоружий. Національний банк України, Університет банківської справи. К.: УБС НБУ, 2009. 255 с.
5. Колот А.М., Грішнова О.А. та ін. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота; Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана», Наук. парк, Ін-т соц.-труд. відносин. К.: КНЕУ, 2012. 501 с.
6. Краснянський Б. Ответственность бизнеса перед страной. Устойчивый бизнес. 2013. № 4. С. 8–9.
7. Кривоус В. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті формування партнерських взаємовідносин між державою, бізнесом та суспільством / Журнал європейської економіки. 2016. Т. 15, № 2. С. 172–182.
8. Новікова О.Ф., Дейч М.Є., Панькова О.В. та ін. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія. ; НАН України, Ін-т економіки пром-сті, Донецьк. 2013. 296 с.
9. Парламентський комітет з питань промислової і регуляторної політики та підприємництва. Соціальна відповідальність бізнесу. Українські реалії та перспективи: інформ.-аналіт. матеріал до парламентських слухань 30.11.2009 р. URL: http://svb.ua/sites/default/files/Analitichniy_Material_do_Sluhan_FINAL.pdf (дата звернення 10.01.2018 р.)
10. УНІАН. Найбільші українські компанії значно поліпшили показник розкриття інформації щодо корпоративної соціальної відповідальності. URL: <https://press.unian.ua/press/1262037-naybilshi-ukrajinski-kompaniji-znachno-polip-shili-pokaznik-rozkrittya-informatsiji-schodo-korporativnoji-sotsialnoji-vidpovidal-nosti-eksperti.html> (дата звернення 15.01.2018 р.)
11. Царик І.М. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу в системі національної економіки: монографія. Черніг. держ. ін-т права, соц. технологій та праці. Чернігів, 2011. 152 с.
12. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою: монографія. Д.: Держ. ВНЗ «НГУ», 2011. 356 с.
13. Шірінян Л.В., Шірінян А.С. Мікрострахування в Україні: бути чи не бути? монографія. Черкаси : Чабаненко Ю. А., 2012. 208 с.
14. Aguinis H., Glavas A. What we know and don't know about corporate social responsibility a review and research agenda / Journal of Management. 2012. Vol. 38(4). P. 932–968.
15. Bowen H. Social responsibilities of the businessman. Harper & Row, N.Y., 1953, 276 p.
16. Brik A.V., Rettab B., Mellahi K. Market orientation, corporate social responsibility, and business performance. Journal of Business Ethics. 2011. Vol. 99. P. 307–324.
17. Carroll A.B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. Business Horizons, 1991. Vol. 34. P. 39–48.
18. Carroll, A.B. Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complimentary frameworks. Organizational Dynamics. (2015). vol. 44. P. 87–96.

19. Galbreath J. How does corporate social responsibility benefit firms? Evidence from Australia /European Business Review. 2010. Vol. 22(4). P. 411–431.
20. Guiso L., Sapienza P., Zingales L. The role of social capital in financial development, American Economic Review. 2004. vol. 94. P. 526–56.
21. Hinson R.E., Ndhlovu T.P. Conceptualising corporate social responsibility (CSR) and corporate social investment (CSI): the South African context. Social Responsibility Journal. 2011. Vol. 7. Issue: 3. P.332–346.
22. Masoud N. How to win the battle of ideas in corporate social responsibility: the International Pyramid Model of CSR. International Journal of Corporate Social Responsibility. 2017 URL://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-017-0015-y (date of treatment 15.12.2017)
23. Murray R., Caulier-Grice, J., Mulgan, G. The Open Book of Social Innovation: Ways to Design, Develop and Grow Social Innovation. NESTA, 2010. URL: <http://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/The-Open-Book-of-Social-Innovation.pdf> (accessed at 17 December 2017)
24. Olowokudejo F., Aduloju S.A., Oke S.A., Corporate social responsibility and organizational effectiveness of insurance companies in Nigeria. The Journal of Risk Finance. 2011. Vol. 12 Issue: 3. P. 156–167.
25. Porter M., Kramer R. M. Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. Harvard Business Review. 2006. December. P. 78–92.
26. Qu, R. The impact of market orientation and corporate social responsibility on firm performance: Evidence from China. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 2009. Vol. 21(4). P. 570–582.
27. Preston L.E., O'Bannon D.P. The corporate social financial performance relationship. A typology and analysis. Business and Society. 1997. Vol. 36 (4). P. 419–429.
28. Scholtens, B. Corporate social responsibility in the international insurance industry/ Sustainable Development. 2011. Vol. 19. P. 143–156.
29. United Nations Global Compact. Business Solutions to Sustainable Development: United Nations Global Compact Progress Report. New York, 2017. URL: http://www.unglobalcompact.org/docs/publications/ UN%20Impact%20 Brochure_Concept-FINAL.pdf (accessed at 27 December 2017).
30. United Nations Global Compact. Participants. Available at: <http://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants> (accessed at 04 January 2018)

REFERENCES:

1. Antoshko T.R., Krush P.V., Tiulenieva Yu.V. (2013) Vprovadzhennia korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti na promyslovykh pidpriemstvakh: monohrafiia [Implementation of Corporate Social Responsibility at Industrial Enterprises: Monograph]. K.: NTUU „KPI”. (in Ukrainian)
2. Boretska N.P. (2013) Uchast derzhavy u formuvanni natsionalnoi modeli korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti [Participation of the state in the formation of a national model of corporate social responsibility]. Derzhavne upravlinnia [Public administration]. 2013. № 4. pp. 80–85. (in Ukrainian)
3. Hohulia O.P., Kudinova I.P. (2011) Sotsialna vidpovidalnist biznesu: monohrafiia [Social responsibility of business: monograph]. Kab. Ministriv Ukrainy, Nats. un-t bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy. Nizhyn: Lysenko M. M. (in Ukrainian)
4. Ilin V.V., Skrynnyk Z.E., Khoruzhyi H.F. etc. (2009). Moralnyi vymir ekonomiky: sotsialna vidpovidalnist biznesu ta ekonomichna efektyvnist: monohrafiia [Moral dimension of the economy: social responsibility of business and economic efficiency: monograph]. Red. H. F. Khoruzhyi. Natsionalnyi bank Ukrainy, Universytet bankivskoi spravy. K.: UBS NBU, 2009. (in Ukrainian)
5. Kolot A.M., Hrishnova O.A. etc. (2012). Sotsialna vidpovidalnist: teoriia i praktyka rozvytku: monohrafiia [Social responsibility: the theory and practice of development: a monograph] / za nauk. red. d-ra ekon. nauk, prof. A. M. Kolota; Derzh. vyshch. navch. zakl. „Kyiv. nats. ekon. un-t im. Vadyrna Hetmana”, Nauk. park, In-t sots.-trud. vidnosyn. K.: KNEU. (in Ukrainian)
6. Krasnyans'kiy B. (2013) Otvettvennost' biznesa pered stranoy [Business responsibility to the country]. Ustoychivyy biznes [Sustainable business]. № 4, pp. 8–9. (in Russian).
7. Kryvov V. (2016) Korporativna sotsialna vidpovidalnist u konteksti formuvannia partnerskykh vzaiemvidnosyn mizh derzhavoiu, biznesom ta suspilstvom [Corporate Social Responsibility in the Context of Partnership Relationships Between the State, Business and Society] Zhurnal yevropeiskoi ekonomiky [Journal of the European Economy]. 2016. T. 15, № 2, pp. 172-182. (in Ukrainian)
8. Novikova O.F., Deich M.Ye., Pankova O.V. etc. (2013). Diahnostyka stanu ta perspektyv rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti v Ukraini (ekspertni otsinky): monohrafiia [Diagnostics of the state and prospects of development of

social responsibility in Ukraine (expert assessments): monograph.]. NAN Ukrainy, In-t ekonomiky prom-sti, Donetsk. (in Ukrainian)

9. Parliamentary Committee on Industrial and Regulatory Policy and Entrepreneurship. Sotsialna vidpovidalnist biznesu. Ukrainski realii ta perspektyvy: inform.-analit. material do parlamentskykh slukhan 30.11.2009 r. [Social responsibility of business. Ukrainian realities and prospects: inform. Analyst. material for parliamentary hearings 30.11.2009]. Available at: http://svb.ua/sites/default/files/Analitichniy_Material_do_Sluhan_FINAL.pdf (accessed at 10 January 2018). (in Ukrainian)

10. UNIAN. Naibilshi ukrajinski kompanii znachno polipshyly pokaznyk rozkryttia informatsii shchodo korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti [The largest Ukrainian companies have significantly improved the level of disclosure of corporate social responsibility information]. Available at: <https://press.unian.ua/press/1262037-naybilshi-ukrajinski-kompaniji-znachno-polip-shili-pokaznik-rozkryttia-informatsiji-schodo-korporativnoji-sotsialnoji-vidpovidal-nosti-eksperti.html> (accessed at 15. January 2018). (in Ukrainian)

11. Tsaryk I. M. (2011). Rehulyatyvni instrumenty posylennia sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v systemi natsionalnoi ekonomiky: monohrafiia [Regulatory tools for strengthening social responsibility of business in the system of the national economy: a monograph]. Chernih. derzh. in-t prava, sots. tekhnolohii ta pratsi. Chernihiv. (in Ukrainian)

12. Shapoval V.M. (2011). Sotsialna vidpovidalnist biznesu v strukturi upravlinnia ekonomikoiu: monohrafiia [Social responsibility of business in the structure of economic management: a monograph]. D.: Derzh. VNZ „NHU”. (in Ukrainian)

13. Shirinian L.V., Shirinian A.S. (2012) Mikrostrakhuvannia v Ukraini: buty chy ne buty? Monohrafiia [Micro-insurance in Ukraine: to be or not to be? Monograph.]. – Cherkasy : Chabanenko Yu. A. (in Ukrainian)

14. Aguinis H., Glavas A. (2012). What we know and don't know about corporate social responsibility a review and research agenda. *Journal of Management*. 2012. Vol. 38(4), pp. 932–968.

15. Bowen H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. Harper & Row, N.Y.

16. Brik A. B., Rettab B., Mellahi K. (2011). Market orientation, corporate social responsibility, and business performance. / *Journal of Business Ethics*. Vol. 99, pp. 307–324.

17. Carroll A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 1991. Vol. 34, pp. 39–48.

18. Carroll, A. B. (2015). Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complimentary frameworks. *Organizational Dynamics*. Vol. 44, pp. 87–96.

19. Galbreath J. (2010). How does corporate social responsibility benefit firms? Evidence from Australia. *European Business Review*. Vol. 22(4), pp. 411–431.

20. Guiso L., Sapienza P., Zingales L. (2004). The role of social capital in financial development. *American Economic Review*. Vol. 94, pp. 526–56.

21. Hinson R. E., Ndhlovu T.P. (2011). Conceptualising corporate social responsibility (CSR) and corporate social investment (CSI): the South African context. *Social Responsibility Journal*. Vol. 7. Issue: 3, pp.332-346.

22. Masoud N. (2017). How to win the battle of ideas in corporate social responsibility: the International Pyramid Model of CSR. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. Available at: <http://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-017-0015-y> (accessed at 15 December 2017).

23. Murray R., Caulier-Grice, J., Mulgan, G. (2010). *The Open Book of Social Innovation: Ways to Design, Develop and Grow Social Innovation*. NESTA. Available at: <http://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/The-Open-Book-of-Social-Innovation.pdf> (accessed at 17 December 2017).

24. Olowokudejo F., Aduloju S.A., Oke S.A. (2011). Corporate social responsibility and organizational effectiveness of insurance companies in Nigeria. *The Journal of Risk Finance*. Vol. 12 Issue: 3, pp.156-167.

25. Porter M., Kramer R. M. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*. December. P. 78–92.

26. Qu, R. (2009). The impact of market orientation and corporate social responsibility on firm performance: Evidence from China. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. Vol. 21(4), pp. 570–582.

27. Preston L. E., O'Bannon D. P. (1997). The corporate social financial performance relationship. A typology and analysis. *Business and Society*. Vol. 36 (4), pp. 419–429.

28. Scholtens, B. (2011). Corporate social responsibility in the international insurance industry. *Sustainable Development*. Vol. 19, pp. 143–156.

29. United Nations Global Compact. *Business Solutions to Sustainable Development: United Nations Global Compact Progress Report*. New York, 2017. Available at: http://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN%20Impact%20Brochure_Concept-FINAL.pdf (accessed at 27 December 2017).

30. United Nations Global Compact. Participants. Available at: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants> (accessed at 04 January 2018).