

DOI: <https://doi.org/10.32070/ec.v2i46.83>**Ганна Коптєва**

кандидат економічних наук,  
Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут",  
доцент кафедри менеджменту та оподаткування  
Україна, Харків  
fadeyeva.kpi@gmail.com  
ORCID ID: 0000-0002-3082-2094

**Козуб Сергій**

аспірант,  
Харківський державний університет харчування та торгівлі,  
Україна, Харків  
skozub78@ukr.net  
ORCID ID: 0000-0002-4692-7958

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СУЧАСНИЙ ПРИНЦИП ПЛАНУВАННЯ  
РОЗВИТКУ БЕЗПЕЧНОГО БІЗНЕСУ В ТОРГІВЛІ**

**Анотація.** Зростання ролі суспільства як чинника розвитку компанії актуалізує питання соціальної відповідальності бізнесу, її меж і впливу на економічні результати. Реалізація заходів і програм корпоративної соціальної відповідальності формує позитивний імідж компанії як відповідального роботодавця, виробника, контрагента, що одночасно посилює конкурентні позиції компанії та підвищує рівень її безпеки. Разом з тим, інтеграція програм екологічного і соціального спрямування в бізнес-процеси компанії потребує інвестицій і, відповідно, узгодження цих проєктів зі стратегічними ініціативами щодо розвитку бізнесу для забезпечення певної рівноваги між бажаними цілями та реальними можливостями. Це зумовлює актуальність дослідження практики планування соціально спрямованих заходів та визначення залежності між їх реалізацією та результатами діяльності компанії. У статті розглянуто існуючу практику впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності в діяльність світових торгових компаній у контексті забезпечення їх економічної безпеки. Досліджено рівень імплементації інструментів корпоративної соціальної відповідальності у практику діяльності 19 лідерів світової торгівлі за обсягами обороту. Доведено, що торгові компанії з високими показниками корпоративної стійкості реалізують соціальні ініціативи відповідно до розроблених планів і стратегій їх упровадження. Визначено пріоритетні напрями впровадження соціальних проєктів торгових компаній, серед яких найбільш поширеними є створення гідних умов праці, забезпечення гендерної рівності, реалізація просвітницьких ініціатив щодо раціоналізації споживання та виробництва з точки зору фізіологічних потреб людини та бережливого використання ресурсів, боротьби зі змінами клімату та їх наслідками. Перевірено гіпотезу щодо залежності економічної безпеки бізнесу від активності впровадження проєктів корпоративної соціальної відповідальності. На основі кореляційного аналізу встановлено пряму залежність між показниками

корпоративної стійкості й основними результатами діяльності торгових компаній, які визначають рівень їх економічної безпеки.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, стійкий розвиток, планування, торгівля, безпека бізнесу

Формул: 4, рис.: 1, табл.: 8, бібл.: 42

**JEL Classification:** M10, M14

### **Hanna Koptieva**

PhD (Economics), Associate professor,  
National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute",  
Associate Professor at the Department of Management and Taxation  
Ukraine, Kharkiv  
fadeyeva.kpi@gmail.com  
ORCID ID: 0000-0002-3082-2094

### **Sergiy Kozub**

PhD student,  
Kharkiv State University of Food Technology and Trade,  
Ukraine, Kharkiv  
skozub78@ukr.net  
ORCID ID: 0000-0002-4692-7958

## **SOCIAL RESPONSIBILITY AS A MODERN PRINCIPLE OF PLANNING THE DEVELOPMENT OF A SECURE BUSINESS IN TRADE**

**Annotation.** The increasing role of society as a factor in the development of a company actualizes the introduction of the corporate social responsibility concept, its boundaries and its impact on economic results. The implementation of corporate social responsibility activities and programs forms a positive image of the company as of a responsible employer, manufacturer and counterparty, which simultaneously strengthens the company's competitive position and increases its level of security. Nevertheless, the integration of environmental and social programs into the company's business processes requires investments and, respectively, the coordination of these projects with strategic business development initiatives to ensure a certain balance between desired goals and real opportunities. That is the reason for the relevance of researching the practice of planning of socially targeted events and determining the relationship between their implementation and the performance results of the company. The article considers the current practice of implementing the principles of corporate social responsibility in the activities of world trading companies in the context of ensuring their economic security. The author of the article investigated the level of implementation of corporate social responsibility tools in the practice of 19 world trade leaders in terms of their turnover. It is proved that trading companies with high rates of corporate sustainability implement social initiatives in accordance with the developed plans and strategies for their implementation. The author identifies priority areas for the implementation of social projects of trading companies, among which the most common are creation of decent working conditions, gender equality, implementation

of educational initiatives to rationalize consumption and production in terms of human physiological needs and careful use of resources, of the fight against climate change and their consequences. The hypothesis regarding the dependence of business economic security on the activity of implementation of corporate social responsibility projects was also checked. Based on the correlation analysis, a direct relationship has been established between corporate sustainability indicators and the main performance results of trading companies, which determine their level of economic security.

**Key words:** social responsibility, sustainable development, planning, trade, business security

Formulas: 4, fig.: 1, tabl.: 8, bibl.: 42

**JEL Classification:** M10, M14

**Вступ.** Сучасне підприємство функціонує в умовах зовнішніх і внутрішніх загроз, що зумовлює необхідність розробки й реалізації заходів для їх запобігання й усунення. Ефективний захист бізнесу від негативного впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища здійснюється з урахуванням особливостей організації економічної діяльності компанії. У цьому контексті одним із методів забезпечення економічної безпеки є планування розвитку компанії на основі концепції соціально орієнтованого бізнесу, зокрема впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) під час формування функціональних і ресурсних стратегій компанії та імплементація соціально-спрямованих практик у бізнес-процеси за основними етапами створення цінності.

**Аналіз досліджень і постановка завдання.** Аналіз публікацій дозволяє зробити висновок про актуальність вивчення питань планування безпеки на основі концепції корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Це підтверджується звітами міжнародних і національних організацій, які займаються дослідженнями впровадження соціальних практик, та науковими публікаціями. Так, згідно з опублікованими даними близько 78,0% найбільших світових компаній подають інформацію про плани та результати реалізації соціальних та екологічних проєктів [Klynveld Peat Marwick Goerdeler [KPMG] 2017]. Для 78,0% споживачів високий рівень соціальної активності компанії є визначальним чинником під час прийняття рішення про покупку; для 70,0% – під час вибору місця роботи [Reputation Institute 2020].

Незважаючи на те, що використання соціальних практик значно розширює інструментарій для забезпечення економічної безпеки і розвитку компанії, активність і напрями їх упровадження істотно відрізняються за масштабами бізнесу та видами економічної діяльності. Згідно з дослідженнями Klynveld Peat Marwick Goerdeler [KPMG 2017] найбільш активними в реалізації соціально відповідальних практик є великі компанії. Так, заданими 2017 р. щодо групи компаній N 100 (включає 4900 компаній із 49 країн світу, що входять у рейтинг 100 найбільших компаній за рівнем виручки у своїх країнах) і G 250 (включає 250 компаній із максимальними показниками виручки за даними рейтингу Fortune 500), показник питомої ваги компаній, які публікують звітність у галузі КСВ, у групі G 250 більше порівняно з N 100 (93,0% проти 75,0%). Компанії групи G 250 також більшою мірою, ніж N 100, визнають і відображають у звітності фінансові ризики, пов'язані зі змінами клімату (48% проти 28,0%), аспекти діяльності, що стосуються дотримання прав людини

(90,0% проти 73,0%), установлюють цілі щодо зменшення викидів парникових газів (67,0% проти 50,0%) [KPMG 2017].

Результати опублікованих досліджень [KPMG 2017] також дозволяють зробити висновок про значну диференціацію зазначених вище показників залежно від галузевої приналежності компаній. Зокрема, у групі N 100 найбільші показники публікації звітності в галузі КСВ відзначені в компаній нафтогазового сектора, хімічної і гірничодобувної промисловості (80,0...81,0%). Проте в підгрупі роздрібної торгівлі питома вага таких компаній значно менша (63,0%).

Аналіз наукових публікацій свідчить про активні дослідження чинників сталого розвитку та безпеки бізнесу [Raudeliūnienė, Tvaronavičienė & Dzemyda 2014; Wysokiska-Senkus & Raczkowski 2013], а також вивчення впливу КСВ на результати діяльності компанії [Naseem, Lin, Rehman, Ahmad & Ali 2019; Simionescu & Gherghina 2014; Ramaswamy, Leavins & Ueng 2017; Simanaviciene, Kontautiene & Simanavicius 2017; Newman, Tarp & Trifkovic 2020; Pulker, Trapp, Scott & Pollard 2018; Sousa Filho, Wanderley, Gómez & Farache 2010]. Так, розглядаючи проблематику забезпечення сталого розвитку підприємництва та акцентуючи увагу на необхідності управління компанією з урахуванням соціальних, економічних і екологічних аспектів її діяльності, автори публікації [Raudeliūnienė et al. 2014] виділяють ключові чинники успішності бізнесу, до яких відносять безпеку, стійкість, формування нішевої стратегії та розвиток підприємницьких компетенцій, автори публікації [Simanaviciene et al. 2017] відзначають, що впровадження КСВ не тільки створює можливості для подолання проблем компанії, а є інструмент забезпечення її конкурентоспроможності.

У праці [Wysokiska-Senkus & Raczkowski 2013], визначаючи економічну безпеку як трирівневу систему, яка включає мікро-, мезо- і макрорівень, автори привертають увагу до необхідності державної підтримки та стимулювання компаній, які впроваджують концепцію сталого розвитку. Базуючись на даних компаній, зареєстрованих на біржі, автори праць [Naseem et al. 2019; Simionescu et al. 2014] підтвердили тезу про вплив КСВ компанії на результати її діяльності та довели, що чим активніше компанії інформують суспільство про програми КСВ з урахуванням інтересів основних стейкхолдерів [Naseem et al. 2019] та імплементують соціально-спрямовані заходи у корпоративні відносини [Simionescu et al. 2014], тим вищі їх фінансові показники. Позитивні результати від впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності у діяльність компаній підтверджено також у дослідженнях [Ramaswamy et al. 2017; Newman et al. 2020], а саме встановлено пряму залежність між ініціативами в галузі КСВ та ефективністю діяльності компаній [Newman et al. 2020], а також зв'язок між показниками корпоративного управління, соціальної відповідальності та розвитку компанії [Ramaswamy et al. 2017].

Галузеві особливості реалізації КСВ, зокрема у торгівлі, відзначені у працях [Pulker et al. 2018; Sousa Filho et al. 2010; Kadłubek M. 2015] та ін. У публікації [Pulker et al. 2018] розглянуто пріоритетні напрями соціальних ініціатив, що реалізуються продуктовими супермаркетами, в працях [Sousa Filho et al. 2010; Kadłubek M. 2015] – зв'язок між соціальною активністю та конкурентними перевагами торговельних компаній.



Незважаючи на значний обсяг проведених досліджень, питання забезпечення безпеки бізнесу не знайшли відображення в публікаціях повною мірою. Ураховуючи активність з упровадження концепції КСВ у практику діяльності і її значущість для формування фінансових результатів, актуальним буде вивчення питання про галузеві особливості впровадження КСВ у практику діяльності, зокрема перевірка авторської гіпотези про актуальність планування КСВ у рамках реалізації завдань із забезпечення безпеки бізнесу в торгівлі.

Метою статті є дослідження результативності впровадження КСВ у рамках забезпечення безпеки бізнесу в торгівлі. Для досягнення мети поставлені й розв'язані такі завдання:

- досліджено практику планування КСВ у торгових компаніях з урахуванням моделі її впровадження (реагуючої або стратегічної);
- досліджено залежність між корпоративною стійкістю та безпекою діяльності торгових компаній.

**Результати дослідження.** Для проведення дослідження результативності впровадження КСВ у рамках забезпечення безпеки бізнесу в торгівлі значущими є дотримання певного підходу у розумінні сутності економічної безпеки, показників, що її характеризують, а також визначення основних напрямів і рівнів упровадження КСВ на підприємстві у контексті забезпечення економічної безпеки

Щодо сутності економічної безпеки торговельної компанії, то з погляду авторів, її доцільно розглядати з дотриманням процесного підходу, оскільки саме процеси забезпечують реалізацію всіх видів діяльності та визначають певний стан економічної системи. Враховуючи це економічна безпека визначена авторами як стан суб'єкта господарювання що є результатом узгоджених бізнес-процесів (основних, допоміжних, управлінських), спрямованих на його економічний розвиток.

Реалізація бізнес-процесів на торговельному підприємстві супроводжується залученням і використанням ресурсів на вході та одержанням певного результату на виході. Співвідношення результатів та ресурсів за окремими бізнес-процесами становить суть показників (індикаторів) економічної безпеки за певним бізнесом-процесом, склад яких залежить від рівня бізнес-процесів (основні, допоміжні, управлінські) та їх декомпозиції. Результат реалізації бізнес-процесів торговельного підприємства знаходить відображення у показниках товарообороту, фінансового результату, власного капіталу поєднання яких відображають ключові характеристики для діагностування економічної безпеки суб'єкта господарювання, а саме успішність його основної діяльності, що формалізовано у показнику рентабельності продажів (ROS), та результативність бізнесу – у показнику рентабельності власного капіталу (ROE).

У процесній моделі економічної безпеки впровадження проектів КСВ належать до групи управлінських бізнес-процесів, які, хоча й не створюють цінність, проте впливають на її зростання для покупців та інвесторів через лояльних працівників й постачальників. Незважаючи на приналежність до групи управлінських процесів, рівень впровадження принципів соціальної відповідальності у діяльність компанії може бути різним, що залежить від напряму їх імплементації (зовнішнє чи/та внутрішнє середовище) та широти прийнятих зобов'язань (у сфері трудових,

ділових, корпоративних відносин, захисту довкілля, розвитку місцевих громад) [Kourula & Delalieux 2016; Geva 2008; Stojanović-Aleksić & Boskovic 2017].

У цьому дослідженні рівень впровадження КСВ у торговельних компаніях визначено, спираючись на розробки М. Портера та М. Креймера [Porter & Kramer 2006], згідно яких КСВ подана двома моделями – реагуючою та стратегічною. В разі, якщо соціальні проєкти імплементуються до стратегії з метою компенсації негативних наслідків дій компанії у різних сферах діяльності, діагностується модель реагуючої КСВ (responsive CSR), якщо програми і заходи соціального спрямування орієнтовані на створення стійких конкурентних переваг – модель стратегічної КСВ (strategic CSR). В основу дослідження покладено гіпотезу про те, що компанії, які дотримуються стратегічної моделі КСВ та здійснюють планування соціально-спрямованих заходів на системній основі, мають високий рівень економічної безпеки. Логіка зв'язку між плануванням соціальної відповідальності та економічною безпекою така: планування соціально-спрямованих заходів на системній основі в рамках впровадження стратегічної моделі КСВ забезпечує високий рівень корпоративної стійкості, що, у свою чергу, сприяє підвищенню рівня економічної безпеки підприємства.

Дослідження проведено за двома етапами:

1. Проаналізовано практику планування КСВ у торгових компаніях з урахуванням моделі її впровадження (реагуючої або стратегічної).
2. Перевірено залежність між корпоративною стійкістю та безпекою діяльності торгових компаній.

Аналіз практики планування КСВ у торгових компаніях з урахуванням моделі її впровадження (1-й етап) проведено у послідовності, описаній нижче.

1. Визначено напрями та характеристики для аналізу моделей і рівня планування КСВ на підприємстві.

Основу дослідження практики планування КСВ на підприємствах становили такі напрями: суб'єкт, об'єкт, рівень та активність планування КСВ в рамках реалізації Цілей стійкого розвитку (таблиця 1).

**Таблиця 1** – Напрями та характеристики планування КСВ на підприємстві

Напрями	Характеристика планування КСВ	
	стратегічна модель	реагуюча модель
Суб'єкт планування	Спеціаліст (відділ) з КСВ	Спеціаліст, який поєднує планування КСВ з іншими функціями
Об'єкт планування	Витрати підприємства (витрати на заробітну платню, забезпечення умов праці, розвиток та ін.) додаткові в рамках реалізації соціальних програм і проєктів	Витрати підприємства (витрати на заробітну платню, забезпечення умов праці, розвиток та ін.) відповідно до законодавства
Рівень планування	Розробка стратегії КСВ	Планування своєчасних виплат заробітної платні, податків, обов'язкових платежів та ін.
Активність планування	Планування заходів за значною кількістю Цілей стійкого розвитку (більше ніж 9 цілей)	Планування заходів за незначною кількістю Цілей стійкого розвитку (менше ніж 9 цілей)

**Джерело:** розроблено авторами

2. Сформовано сукупність торговельних компаній, за даними яких проведено дослідження щодо моделей і рівня планування КСВ.

Для аналізу моделей і рівня планування КСВ використано дані торгових компаній, що належать до групи лідерів галузевого рейтингу щорічного міжнародного дослідження «The Sustainability Yearbook» [RobecoSAM 2017, 2018, 2019]. Згідно методичних засад формування рейтингу «The Sustainability Yearbook» [The Sustainability YearBook (n.d.)] до його складу включають компанії, що перевершують конкурентів за сукупністю економічних, фінансових, екологічних показників. Період дослідження 2017-2019 рр. Перелік компаній досліджуваної сукупності подано в таблиці 2.

**Таблиця 2** - Характеристика торгових компаній

Компанія	2017	2018	2019
Metro Ag	-	GC	GC
CP All PCL	-	-	SC
Kesko OYJ	-	BC	SC
Koninklijke Ahold Delhaize NV	-	BC	BC
Carrefour SA	-	BC	BC
Seven & I Holding Co Ltd	-	BC	YM
Wesfarmers Ltd	-	SC	YM
ICA Gruppen AB	-	-	YM
Casino Guichard Perrachon SA	-	YM	YM
Aeon Co Ltd	-	YM	-
CVS Health Group	-	YM	-
Industrial de Desino Textile SA	GC	-	-
Woolworths Holdings Ltd/South Africa	BC	-	-
SACI Falabella	YM	-	-
Hennes & Maurits AB	YM	-	-
Kingfisher PLC	YM	-	-
Marks& Spencer Group PLC	YM	-	-
Best Buy Co Inc	YM	-	-
Gap Inc	YM	-	-

Позначки: GC - Gold Class; SC - Silver Class; BC - Bronze Class; YM - Yearbook Members.

**Джерело:** складено за даними [RobecoSAM 2017 с. 90; 2018 с. 65; 2019 с. 85].

3. Проведено дослідження і зроблено висновки щодо моделі і рівня планування КСВ на торговельних компаніях сукупності.

На основі узагальнення інформації, поданої в опублікованих планах і звітах про розвиток, зроблено висновок про те, що торгові компанії сукупності (табл. 1) підтримують концепцію сталого розвитку, планують і активно впроваджують проекти соціального характеру. Розуміючи відповідальність перед суспільством, компанії формують програми і проекти, пов'язані зі збереженням навколишнього середовища, підвищенням рівня якості товарів і послуг для покупців, вирішенням соціально-економічних проблем співробітників, поліпшенням відносин із

постачальниками та ін. Аналіз показав, що соціальні ініціативи торгових компаній – лідерів галузевого рейтингу міжнародного дослідження «The Sustainability Yearbook» мають системний характер і реалізуються в рамках загальнокорпоративних стратегій. Висока інтеграція в бізнес-процеси обумовлює управління КСВ як спеціальної функції менеджменту компанії в рамках функціонування ради директорів і комітетів з упровадження КСВ-ініціатив. Так, стратегія сталого розвитку Metro Ag включає досягнення цілей ефективного використання ресурсів, забезпечення екологічних, соціальних та економічних стандартів якості з метою мінімізації репутаційних і комерційних ризиків, покращення репутації як відповідальної прозорої компанії [Metro (n.d.); Компанією Kesko OYJ ухвалена стратегія сталого розвитку на 2018–2022 рр. [Kesko (n.d.)]. Програма соціальної відповідальності цієї компанії включає довго- і короткострокові цілі в галузі корпоративного управління, споживачів, суспільства, співробітників, контрагентів, зовнішнього середовища. Компаніями Ahold Delhaize [Ahold Delhaize (n.d.)] та Kingfisher PLC [Kingfisher PLC (n.d.)] цілі сталого розвитку визначені на період до 2025 р. та інтегровані в конкретні завдання, реалізація яких відображається в щорічних звітах компаній тощо.

Активність упровадження соціальних ініціатив проаналізовано з точки зору реалізації Цілей сталого розвитку (табл. 3).

**Таблиця 3** – Цілі сталого розвитку

Ціль	Зміст
Ціль 1. Подолання бідності	Подолання бідності у всіх її формах та усюди
Ціль 2. Подолання голоду	Подолання голоду, досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування і сприяння сталому розвитку сільського господарства
Ціль 3. Міцне здоров'я	Забезпечення здорового способу життя та сприяння благополуччю для всіх у будь-якому віці
Ціль 4. Якісна освіта	Забезпечення всеохоплюючої і справедливої якісної освіти та заохочення можливості навчання впродовж усього життя для всіх
Ціль 5. Гендерна рівність	Забезпечення гендерної рівності, розширення прав і можливостей усіх жінок та дівчаток
Ціль 6. Чиста вода та належні санітарні умови	Забезпечення наявності та раціонального використання водних ресурсів і санітарії для всіх
Ціль 7. Відновлювана енергія	Забезпечення доступу до недорогих, надійних, стійких і сучасних джерел енергії для всіх
Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання	Сприяння поступальному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх
Ціль 9. Інновації та інфраструктура	Створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій і сталій індустріалізації та інноваціям
Ціль 10. Зменшення нерівності	Скорочення нерівності всередині країн і між ними



Ціль 11. Сталий розвиток міст та спільнот	Забезпечення відкритості, безпеки, життєстійкості й екологічної стійкості міст і населених пунктів
Ціль 12. Відповідальне споживання	Забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва
Ціль 13. Боротьба зі зміною клімату	Вжиття невідкладних заходів щодо боротьби зі зміною клімату та його наслідками
Ціль 14. Збереження морських екосистем	Збереження та раціональне використання океанів, морів і морських ресурсів в інтересах сталого розвитку
Ціль 15. Збереження екосистем суші	Захист та встановлення екосистем суші та сприяння їх раціональному використанню, раціональне лісокористування, боротьба з опустелюванням, припинення і повернення назад (розвертання) процесу деградації земель та зупинка процесу втрати біорізноманіття
Ціль 16. Мир та справедливість	Сприяння побудові миролюбного й відкритого суспільства в інтересах сталого розвитку, забезпечення доступу до правосуддя для всіх і створення ефективних, підзвітних та заснованих на широкій участі інституцій на всіх рівнях
Ціль 17. Партнерство заради стійкого розвитку	Зміцнення засобів здійснення й активізації роботи в рамках Глобального партнерства в інтересах сталого розвитку

**Джерело:** складено самостійно за даними [Sustainable Development Goals (n.d.); Цілі сталого розвитку 2016-2030 (n.d)].

Результати дослідження свідчать про те, що всі торгові компанії, які входять у рейтинг міжнародного дослідження «The Sustainability Yearbook», включають Цілі сталого розвитку в плани і звіти компаній (табл. 4).

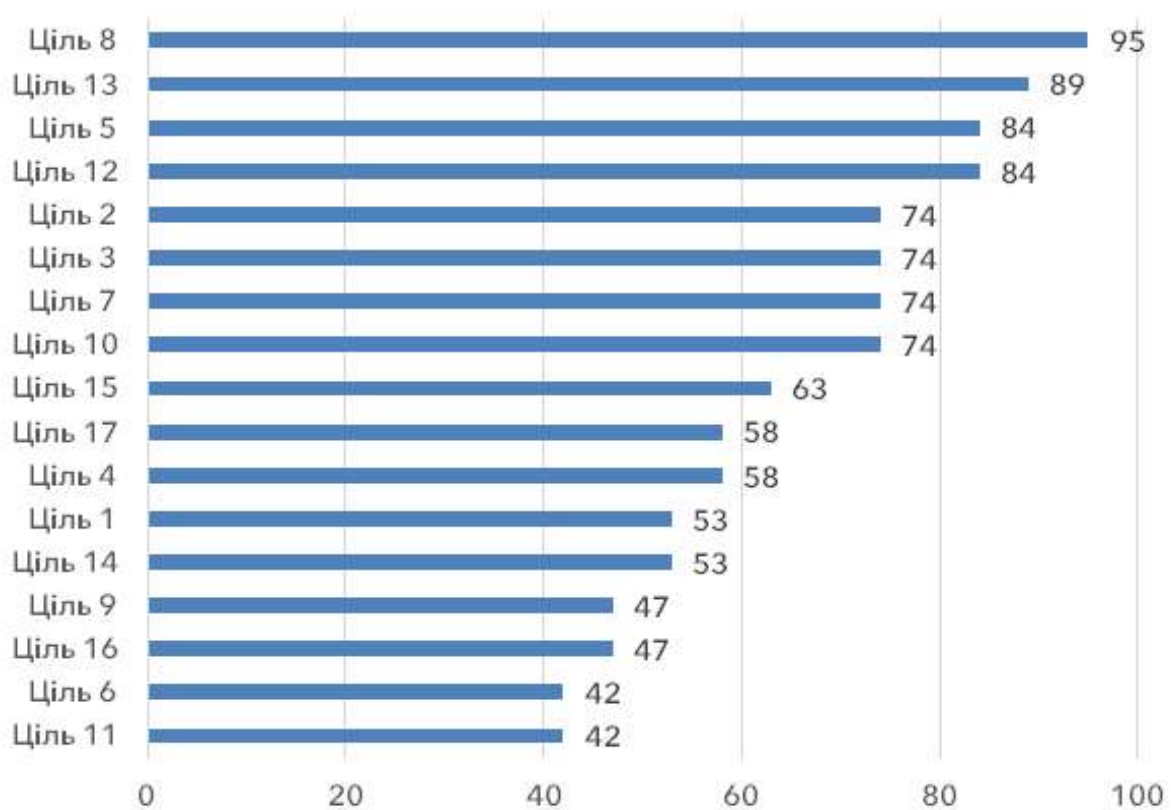
**Таблиця 4** – Аналіз відображення Цілей сталого розвитку у звітності компаній

Показник	Компанії	
	од	у %
Компанії, усього	19	100,0%
з них компанії, які у звітності:		
- не відображають Цілей сталого розвитку	-	-
- відображають Цілі сталого розвитку	19	100,0%
з них відображають у звітності:		
- від 1 до 9 цілей	7	36,8%
- від 9 до 17 цілей	9	47,4%
- 17 цілей	3	15,8%

**Джерело:** складено самостійно за даними [Aeon Co Ltd (n.d.); Ahold Delhaize (n.d.); Best Buy Co Inc (n.d.); Carrefour SA (n.d.); Casino Guichard Perrachon SA (n.d.); CP All PCL (n.d.); CVS Health Group (n.d.); Gap Inc (n.d.); Hennes & Maurits AB (n.d.); ICA Gruppen AB (n.d.); Industrial de Desino Textile SA (n.d.); Kesko (n.d.); Kingfisher PLC (n.d.); Marks & Spencer Group PLC (n.d.); Metro Ag (n.d.); SACI Falabella (n.d.); Seven & I Holding Co Ltd (n.d.); Wesfarmers Ltd (n.d.); Woolworths Holdings Ltd (n.d.)].

Хоча лише 3 з 19 торгових компаній планують досягти всіх 17 цілей сталого розвитку, а більшість обмежується реалізацією меншої їх кількості (у середньому

10-11 із 17 цілей), усі досліджувані торгові компанії (100%) включають у плани розвитку програми і проекти соціального спрямування. Впровадження Цілей сталого розвитку у діяльність свідчить про те, що компанії добровільно узяли на себе додаткові соціальні зобов'язання. Враховуючи це за всіма компаніями вибіркової сукупності діагностовано модель стратегічної КСВ. Як показують результати проведеного аналізу, більшість компаній (95%) визначили основним напрямом соціальної активності вирішення проблем забезпечення зайнятості, створення робочих місць, поліпшення умов праці (ціль 8). Пріоритетними названо також проекти, пов'язані з вирішенням проблем клімату, забезпечення гендерної рівності, відповідального споживання і виробництва. Заходи в рамках зазначених цілей відображено у звітності 89,0% (ціль 13) і 84,0% (ціль 5, ціль 12) досліджених компаній. Проведений аналіз дозволив також визначити соціальні ініціативи, які меншою мірою розглядаються торговими компаніями для реалізації. Це проекти із забезпечення раціонального використання водних ресурсів (ціль 6), розвитку міст і населених пунктів (ціль 11), сприяння інноваціям (ціль 9) і побудови відкритого суспільства (ціль 16). Відповідність своєї діяльності зазначеним цілям відбили у звітах тільки 8 із 19 або 42,0% (ціль 6, ціль 11) і 9 із 19 або 47,0% (ціль 9, ціль 16) компаній (рис. 1).



**Рисунок 1** – Частка відображення Цілей сталого розвитку у звітності торгових компаній, %

**Джерело:** розраховано самостійно за даними [Aeon Co Ltd (n.d.); Ahold Delhaize (n.d.); Best Buy Co Inc (n.d.); Carrefour SA (n.d.); Casino Guichard Perrachon SA (n.d.); CP All PCL (n.d.); CVS Health Group (n.d.); Gap Inc (n.d.); Hennes & Maurits AB (n.d.); ICA Gruppen AB (n.d.); Industrial de Desino Textile SA (n.d.); Kesko (n.d.); Kingfisher PLC (n.d.); Marks & Spencer Group PLC (n.d.); Metro Ag (n.d.); SACI Falabella (n.d.); Seven & I Holding Co Ltd (n.d.); Wesfarmers Ltd (n.d.); Woolworths Holdings Ltd (n.d.)].

Використання концепції соціально відповідального бізнесу на практиці визначає актуальність вивчення ефектів від її впровадження, одним із яких є економічна безпека компанії (2-й етап дослідження). Авторська позиція полягає в тому, що імплементація стратегічної моделі КСВ у діяльність торговельних компаній зумовлює високий рівень корпоративної стійкості, що позитивно впливає на показники їх економічної безпеки. Для перевірки цієї гіпотези проведено аналіз залежності між корпоративною стійкістю та безпекою діяльності торгових компаній проведено у такій послідовності. Визначено методичний інструментарій для проведення дослідження. Зв'язок між рівнем корпоративної стійкості й економічною безпекою досліджено з використанням методу парного кореляційного аналізу. Суть цього методу полягає у встановленні залежності між двома ознаками, одна з яких є факторною, інша – результативною. У цьому дослідженні факторною ознакою прийнято характеристику корпоративної стійкості, представлену показником рівня корпоративної стійкості, результативною – характеристики економічної безпеки, представлену показниками рентабельності діяльності і власного капіталу. Враховуючи це, кореляційні моделі матимуть такий вигляд:

$$Y1_t = f(x_t), \quad (1)$$

$$Y2_t = f(x_t), \quad (2)$$

де  $Y1_t$  – рентабельність діяльності у t-й період, %;  
 $Y2_t$  – рентабельність власного капіталу у t-й період, %;  
 $x_t$  – рівень корпоративної стійкості у t-й період, бал.

Відзначимо, що проекти і заходи, що були реалізовані в рамках управління КСВ і вплинули на рівень корпоративної стійкості, можуть позначитися на результатах діяльності компаній і через деякий час (з часовим лагом). У такому разі кореляційні моделі матимуть такий вигляд:

$$Y1_{t+1} = f(x_t), \quad (3)$$

$$Y2_{t+1} = f(x_t), \quad (4)$$

де  $Y1_{t+1}$  – рентабельність діяльності у (t+1)-й період, %;  
 $Y2_{t+1}$  – рентабельність власного капіталу у (t+1)-й період, %;  
 $x_t$  – рівень корпоративної стійкості у t-й період, бал.

З огляду на це дослідження зв'язку між рівнем стійкості й безпекою компанії проведено у двох напрямках, а саме без урахування та з урахуванням часового лага між досліджуваними показниками.

Підготовлено необхідну інформацію.

Для формалізації корпоративної стійкості підприємства (факторна ознака) використано дані про позицію торгових компаній в галузевому рейтингу «The Sustainability Yearbook» за 2017-2019 рр. Відповідно до методології побудови рейтингу [RobecoSAM 2017, 2018, 2019] стійкість компанії від нижчого до вищого

рівня оцінюється лінгвістичними характеристиками Yearbook Members, Bronze Class, Silver Class, Gold Class. Для переведення лінгвістичних характеристик у кількісні використано 100-бальну шкалу з рівними інтервалами. Оскільки для ідентифікації стійкого розвитку компаній використано чотири характеристики інтервал між рівнями корпоративної стійкості від нижчого (Yearbook Members) до вищого (Gold Class) складатиме 25 бали. Враховуючи це входження компанії в групу Yearbook Members відповідає 25, Bronze Class – 50, Silver Class – 75, Gold Class – 100 балам (табл. 5).

**Таблиця 5** – Інформація для дослідження кореляційної залежності між рівнем корпоративної стійкості й безпекою торгової компанії (факторні ознаки)

Компанія	Лінгвістична оцінка			Кількісна оцінка, бал*(х)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Metro Ag	-	GC	GC	-	100	100
CP All PCL	-	-	SC	-	-	75
Kesko OYJ	-	BC	SC	-	50	75
Koninklijke Ahold Delhaize NV	-	BC	BC	-	50	50
Carrefour SA	-	BC	BC	-	50	50
Seven & I Holding Co Ltd	-	BC	YM	-	50	25
Wesfarmers Ltd	-	SC	YM	-	75	25
ICA Gruppen AB	-	-	YM	-	-	25
Casino Guichard Perrachon SA	-	YM	YM	-	25	25
Aeon Co Ltd	-	YM	-	-	25	-
CVS Health Group	-	YM	-	-	25	-
Industrial de Desino Textile SA	GC	-	-	100	-	-
Woolworths Holdings Ltd/South Africa	BC	-	-	50	-	-
SACI Falabella	YM	-	-	25	-	-
Hennes & Maurits AB	YM	-	-	25	-	-
Kingfisher PLC	YM	-	-	25	-	-
Marks& Spencer Group PLC	YM	-	-	25	-	-
Best Buy Co Inc	YM	-	-	25	-	-
Gap Inc	YM	-	-	25	-	-

Позначки: GC – Gold Class; SC – Silver Class; BC – Bronze Class; YM – Yearbook Members.

\*– визначено самостійно згідно таких умов переходу від лінгвістичної до кількісної оцінки: GC – 100 бали; SC – 75 бали; BC – 50 бали; YM – 25 бали.

**Джерело:** складено за даними [RobecoSAM 2017 с. 90; 2018 с. 65; 2019 с. 85].

Для оцінювання економічної безпеки (результативна ознака) компанії використано показники рентабельності діяльності й власного капіталу, які у найбільш загальному вигляді відображають безпеку поточної діяльності (рентабельність діяльності) та безпеку розвитку бізнесу (рентабельність власного капіталу). Ці показники розраховано, спираючись на звіти торговельних компаній за 2017-2019 рр. Вихідні дані для дослідження зв'язку між рівнем корпоративної стійкості торгових компаній (х) та показникам їх економічної безпеки (Y1, Y2) наведені у таблиці 6.

**Таблиця 6** – Інформація для дослідження кореляційної залежності між рівнем корпоративної стійкості й безпекою торгової компанії

Компанія	Рівень корпоративної стійкості (x), бал			Рентабельність діяльності (Y1), %			Рентабельність власного капіталу (Y2), %		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Metro Ag	-	100	100	1,6	1,4	1,5	18,2	12,3	15,0
CP All PCL	-	-	75	4,1	4,0	3,9	24,8	21,0	20,6
Kesko OYJ	-	50	75	2,5	1,7	4,3	0,01	0,01	0,02
Koninklijke Ahold Delhaize NV	-	50	50	2,9	2,8	2,7	12,3	12,5	12,6
Carrefour SA	-	50	50	-0,7	-0,7	1,8	-4,4	-5,0	11,3
Seven & I Holding Co Ltd	-	50	25	1,7	3,0	3,0	2,3	4,1	4,7
Wesfarmers Ltd	-	75	25	4,2	3,9	7,0	12,0	11,4	19,5
ICA Gruppen AB	-	-	25	3,8	3,2	2,9	13,0	11,0	10,2
Casino Guichard Perrachon SA	-	25	25	0,7	0,5	-3,9	1,9	1,5	-17,3
Aeon Co Ltd	-	25	-	0,3	0,3	0,3	1,3	1,4	1,4
CVS Health Group	-	25	-	3,6	-0,3	2,6	17,6	-1,0	10,3
Industrial de Desino Textile SA	100	-	-	13,3	13,2	12,7	24,9	23,5	18,1
Woolworths Holdings Ltd/ South Africa	50	-	-	2,9	4,7	4,4	16,1	26,8	36,4
SACI Falabella	25	-	-	4,7	4,9	5,6	7,0	7,0	11,3
Hennes & Maurits AB	25	-	-	7,0	6,0	5,8	27,1	21,6	23,6
Kingfisher PLC	25	-	-	2,8	4,2	1,9	4,6	7,2	3,3
Marks & Spencer Group PLC	25	-	-	1,1	0,3	0,4	3,7	1,0	1,4
Best Buy Co Inc	25	-	-	3,1	2,4	3,4	26,1	27,7	44,3
Gap Inc	25	-	-	5,4	6,1	2,1	27,0	28,2	10,6

Позначки: Y1 – рентабельність діяльності, %; Y2 – рентабельність власного капіталу, %.

**Джерело:** розраховано самостійно за даними [Aeon Co Ltd (n.d.); Ahold Delhaize (n.d.); Best Buy Co Inc (n.d.); Carrefour SA (n.d.); Casino Guichard Perrachon SA (n.d.); CP All PCL (n.d.); CVS Health Group (n.d.); Gap Inc (n.d.); Hennes & Maurits AB (n.d.); ICA Gruppen AB (n.d.); Industrial de Desino Textile SA (n.d.); Kesko (n.d.); Kingfisher PLC (n.d.); Marks & Spencer Group PLC (n.d.); Metro Ag (n.d.); SACI Falabella (n.d.); Seven & I Holding Co Ltd (n.d.); Wesfarmers Ltd (n.d.); Woolworths Holdings Ltd (n.d.)].



3. Проведено кореляційний аналіз і зроблено висновок щодо характеру і тісноти зв'язку між корпоративною стійкістю та безпекою діяльності торгових компаній.

Результати дослідження кореляційної залежності між рівнем корпоративної стійкості (x) та показниками економічної безпеки (Y1, Y2) за торговельними компаніями подано в таблиці 7.

**Таблиця 7** – Кореляційна залежність між рівнем корпоративної стійкості й безпекою торгової компанії

Коефіцієнт кореляції	Значення
Без урахування часового лага	
$r_x(2017); Y_1(2017)$	0,80
$r_x(2017); Y_2(2017)$	0,29
$r_x(2018); Y_1(2018)$	0,49
$r_x(2018); Y_2(2018)$	0,66
$r_x(2019); Y_1(2019)$	0,09
$r_x(2019); Y_2(2019)$	0,32
З урахуванням часового лага	
$r_x(2017); Y_1(2018)$	0,83
$r_x(2017); Y_2(2018)$	0,31
$r_x(2017); Y_1(2019)$	0,86
$r_x(2017); Y_2(2019)$	0,14
$r_x(2018); Y_1(2019)$	0,47
$r_x(2018); Y_2(2019)$	0,63

Позначки:  $r_x(2017); Y_1(2017)$  – коефіцієнт кореляції між рівнем корпоративної стійкості (дані 2017 р.) і рентабельністю діяльності компаній (дані 2017 р.);  $r_x(2017); Y_2(2017)$  – коефіцієнт кореляції між рівнем корпоративної стійкості (дані 2017 р.) і рентабельністю власного капіталу (дані 2017 р.);  $r_x(2018); Y_1(2018)$  – коефіцієнт кореляції між рівнем корпоративної стійкості (дані 2018 р.) і рентабельністю діяльності компаній (дані 2018 р.);  $r_x(2018); Y_2(2018)$  – коефіцієнт кореляції між рівнем корпоративної стійкості (дані 2018 р.) і рентабельністю власного капіталу (дані 2018 р.);  $r_x(2019); Y_1(2019)$  – коефіцієнт кореляції між рівнем корпоративної стійкості (дані 2019 р.) і рентабельністю діяльності компаній (дані 2019 р.);  $r_x(2019); Y_2(2019)$  – коефіцієнт кореляції між рівнем корпоративної стійкості (дані 2019 р.) і рентабельністю власного капіталу (дані 2019 р.);  $r_x(2017); Y_1(2018)$  – коефіцієнт кореляції між рівнем корпоративної стійкості (дані 2017 р.) і рентабельністю діяльності компаній (дані 2018 р.);  $r_x(2017); Y_2(2018)$  – коефіцієнт кореляції між рівнем корпоративної стійкості (дані 2017 р.) і рентабельністю власного капіталу (дані 2018 р.);  $r_x(2017); Y_1(2019)$  – коефіцієнт кореляції між рівнем корпоративної стійкості (дані 2017 р.) і рентабельністю діяльності компаній (дані 2019 р.);  $r_x(2017); Y_2(2019)$  – коефіцієнт кореляції між рівнем корпоративної стійкості (дані 2017 р.) і рентабельністю власного капіталу (дані 2019 р.);  $r_x(2018); Y_1(2019)$  – коефіцієнт кореляції між рівнем корпоративної стійкості (дані 2018 р.) і рентабельністю діяльності компаній (дані 2019 р.);  $r_x(2018); Y_2(2019)$  – коефіцієнт кореляції між рівнем корпоративної стійкості (дані 2018 р.) і рентабельністю власного капіталу (дані 2019 р.).

**Джерело:** розроблено авторами

Для визначення якісної міри зв'язку між досліджуваними показниками використано шкалу Чеддока (табл. 8).

Отримані коефіцієнти кореляції свідчать про прямий позитивний зв'язок між корпоративною стійкістю і безпекою компанії. Незважаючи на великий розкид

(0,09...0,86) значення коефіцієнтів кореляції є позитивними, що підтверджує гіпотезу про прямий вплив соціальної активності компанії на її безпеку.

**Таблиця 8** – Шкала Чеддока для визначення якісної міри зв'язку

Кількісна міра тісноти зв'язку	Якісна міра сили зв'язку
0,1-0,3	Слабка
0,3-0,5	Помірна
0,5-0,7	Помітна
0,7-0,9	Висока
0,9-0,99	Дуже висока

**Джерело:** [Кореляційно-регресійний аналіз (n.d.).]

Найбільш сильна залежність відзначена між рівнем корпоративної стійкості й безпекою поточної діяльності ( $r_x(2017); Y_1(2017) = 0,80$ ;  $r_x(2018); Y_1(2018) = 0,49$ ). Залежність між зазначеними характеристиками посилюється з часовим лагом ( $r_x(2017); Y_1(2017) = 0,80$ ;  $r_x(2017); Y_1(2018) = 0,83$ ;  $r_x(2017); Y_1(2019) = 0,86$ ). Між рівнем корпоративної стійкості й рентабельністю власного капіталу також існує пряма залежність. Незважаючи на нестійкість і менші порівняно з рентабельністю діяльності значення ( $r_x(2017); Y_2(2017) = 0,29$ ;  $r_x(2018); Y_2(2018) = 0,66$ ;  $r_x(2019); Y_2(2019) = 0,32$ ), отримані коефіцієнти кореляції підтверджують пряму залежність між упровадженням соціальних практик і безпекою розвитку бізнесу.

**Висновки.** У результаті дослідження встановлено ключові тенденції щодо впровадження концепції соціальної відповідальності в контексті посилення безпеки бізнесу в торгівлі. Визначено, що торгові компанії, орієнтовані на безпечний і сталий розвиток, активно впроваджують соціальні проекти, інтегруючи їх у стратегію та основні бізнес-процеси.

Дослідження звітності торгових компаній із високим рівнем корпоративної стійкості підтвердило гіпотезу про впровадження ними практики планування та імплементацію програм КСВ у діяльність з урахуванням цілей сталого розвитку. На підставі результатів дослідження зроблено висновок про прямий зв'язок між показниками корпоративної стійкості та основними результатами діяльності торгових компаній, що підтвердило гіпотезу про вплив соціальних практик на забезпечення економічної безпеки бізнесу в торгівлі.

Перспективами подальших досліджень є порівняльний аналіз зв'язку між впровадженням корпоративної соціальної відповідальності й безпекою бізнесу компаній різних видів економічної діяльності.

## Література

- Кореляційно-регресійний аналіз.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: [http://koi.tspu.ru/koi\\_books/fedotov5/rasdel8.htm](http://koi.tspu.ru/koi_books/fedotov5/rasdel8.htm)
- Цілі сталого розвитку 2016-2030.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku>
- Aeon Co Ltd.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.aeon.info/en/>
- Ahold Delhaize.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.aholddelhaize.com/en/home/>
- Best Buy Co Inc.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <http://investors.bestbuy.com/investor-relations/overview/default.aspx/>

- Carrefour SA.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.carrefour.com/en>
- Casino Guichard Perrachon SA.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.groupe-casino.fr/en/>
- CP All PCL.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.cpass.co.th/en/about-us/>
- CVS Health Group.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://cvshealth.com/>
- Gap Inc.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.gap.com/>
- Geva, A. (2008). Three Models of Corporate Social Responsibility: Interrelationships between Theory, Research, and Practice. *Business and Society Review*, 13(1). <https://doi.org/10.1111/j.1467-8594.2008.00311.x>
- Hennes & Maurits AB.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://hmggroup.com/>
- ICA Gruppen AB.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.icagruppen.se/en/>
- Industrial de Desino Textile SA.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.inditex.com/>
- Kadłubek, M. (2015). The essence of corporate social responsibility and the performance of selected company. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 509-515. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.442>
- Kesko.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.kesko.fi/en/>
- Kingfisher PLC.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.kingfisher.com/en/index.html>
- Kourula, A., & Delalieux, G. (2016). The micro-level foundation and dynamics of political corporate social responsibility: Hegemony and passive revolution through civil society. *Journal of Business Ethics*, 135(4), 769-785. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2499-7>
- Marks & Spencer Group PLC.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://corporate.marksandspencer.com/>
- Metro Ag.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.metroag.de/en>.
- Naseem, M. A., Lin, J., ur Rehman, R., Ahmad, M.I., & Ali, R. (2019). Moderating role of financial ratios in corporate social responsibility disclosure and firm value. *PLoS ONE*, 14(4). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0215430>
- Newman, C., Tarp, F., & Trifkovic, N. (2020). Corporate Social Responsibility in a Competitive Business Environment. *The Journal of Development Studies*, 56. <https://doi.org/10.1080/00220388.2019.1694144>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). *Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*. Harvard Business Review, December. Retrieved 29.04.2020 from [https://www.sharedvalue.org/sites/default/files/resource-files/Strategy\\_and\\_Society.pdf](https://www.sharedvalue.org/sites/default/files/resource-files/Strategy_and_Society.pdf)
- Pulker, C. I., Trapp, G. S. A., Scott, J. N., & Pollard, C. M. (2018). Global supermarkets' corporate social responsibility commitments to public health: a content analysis. *Global Health*, 14(1), 121. <https://doi.org/10.1186/s12992-018-0440-z>
- Ramaswamy, V., Leavins, J., & Ueng, C. G. (2017). Adding Sustainable Value: Linkages Between Growth, Governance And Social Responsibility. *The Journal of Applied Business Research*, 33(6). Retrieved 29.03.2020 from <https://www.clutejournals.com/index.php/JABR/article/view/10056/10160>
- Raudeliūnienė, J., Tvaronavičienė, M., & Dzemyda, I. (2014). Towards economic security and sustainability: key success factors of sustainable entrepreneurship in conditions

- of global economy. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 3(4), 71–79. [http://dx.doi:10.9770/jssi.2014.3.4\(7\)](http://dx.doi:10.9770/jssi.2014.3.4(7))
- RobecoSAM (2017). *The Sustainability YearBook 2017*. Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.goldfields.com/pdf/sustainability/sustainability-reporting/awards-achievements/robecosam-yearbook-2017.pdf>
- RobecoSAM (2018). *The Sustainability YearBook 2018*. Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.goldfields.com/pdf/sustainability/sustainability-reporting/awards-achievements/robecosam-yearbook-2018.pdf>
- RobecoSAM (2019). *The Sustainability YearBook 2019*. Retrieved 29.04.2020 from [https://yearbook.robecosam.com/fileadmin/Files/Documents/2019/The\\_Sustainability\\_Yearbook\\_2019.pdf](https://yearbook.robecosam.com/fileadmin/Files/Documents/2019/The_Sustainability_Yearbook_2019.pdf)
- SACI Falabella. (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://investors.falabella.com/English/sustainability/default.aspx>
- Seven & I Holding Co Ltd. (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.7andi.com/en/csr.html>
- Simanaviciene, Z., Kontautiene, R., & Simanavicius, A. (2017). Assumptions of Corporate Social Responsibility as Competitiveness Factor. *Montenegrin Journal of Economics*, 13(3), 149-160. <https://doi.org/10.14254/1800-5845/2017.13-3.12>
- Simionescu, L. N., & Gherghina, Ş. C. (2014). Corporate social responsibility and corporate performance: empirical evidence from a panel of the Bucharest Stock Exchange listed companies. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 9(4), 439-458. Retrieved 29.03.2020 from: <http://www.managementmarketing.ro/pdf/articole/466.pdf>
- Sousa, F. J. M., Wanderley, L. S.O., Gómez, C. P., & Farache, F. (2010). Strategic corporate social responsibility management for competitive advantage. *Brazilian Administration Review*, 7(3/5), 294-309. <https://doi.org/10.1590/S1807-76922010000300006>
- Stojanović-Aleksić, V., & Boskovic, A. (2017). What really drives corporate social responsibility? Management. *Journal Of Sustainable Business And Management Solutions In Emerging Economies*, 22(3), 75-87. <https://doi.org/10.7595/management.fon.2017.0018>
- Sustainable Development Goals*. (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300>
- The road ahead*. (2017). Retrieved 29.03.2020 from: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/10/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.pdf>
- The Sustainability YearBook*. (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://yearbook.robecosam.com/methodology/>
- Want to Stay Relevant? Follow the Lead of These 10 Most Reputable Companies*. (2020). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.reprtrak.com/blog/want-to-stay-relevant-follow-the-lead-of-these-10-companies/>
- Wesfarmers Ltd*. (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.wesfarmers.com.au/>
- Woolworths Holdings Ltd*. (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.woolworthsholdings.co.za/>
- Wysokiska-Senkus, A., & Raczkowski, K. (2013). *Economic Security in the Context of Sustainability*. Rural Development, Aleksandras Stulginskis University, Kaunas,



6(1), 454-462. Retrieved 29.03.2020 from: <https://pdfs.semanticscholar.org/19de/46b14921d830601c5d55a6652ef7d488673c.pdf>

## References

- Aeon Co Ltd.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from <https://www.aeon.info/en/>
- Ahold Delhaize.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.aholddelhaize.com/en/home/>
- Best Buy Co Inc.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <http://investors.bestbuy.com/investor-relations/overview/default.aspx/>
- Carrefour SA.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.carrefour.com/en>
- Casino Guichard Perrachon SA.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.groupe-casino.fr/en/>
- CP All PCL.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.cpall.co.th/en/about-us/>
- CVS Health Group.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://cvshealth.com/>
- Gap Inc.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.gap.com/>
- Geva, A. (2008). Three Models of Corporate Social Responsibility: Interrelationships between Theory, Research, and Practice. *Business and Society Review*, 13(1). <https://doi.org/10.1111/j.1467-8594.2008.00311.x>
- Hennes & Maurits AB.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://hmgroup.com/>
- ICA Gruppen AB.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.icagruppen.se/en/>
- Industrial de Desino Textile SA.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.inditex.com/>
- Kadłubek, M. (2015). The essence of corporate social responsibility and the performance of selected company. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 509-515. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.442>
- Kesko.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.kesko.fi/en/>
- Kingfisher PLC.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.kingfisher.com/en/index.html>
- Koreliatsiino-rehresiinyi analiz (n.d.).* Retrieved 29.03.2020 from: [http://koi.tspu.ru/koi\\_books/fedotov5/rasdel8.htm](http://koi.tspu.ru/koi_books/fedotov5/rasdel8.htm)
- Kourula, A., & Delalieux, G. (2016). The micro-level foundation and dynamics of political corporate social responsibility: Hegemony and passive revolution through civil society. *Journal of Business Ethics*, 135(4), 769-785. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2499-7>
- Marks & Spencer Group PLC.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://corporate.marksandspencer.com/>
- Metro Ag.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.metroag.de/en>
- Naseem, M. A., Lin, J., ur Rehman, R., Ahmad, M.I., & Ali, R. (2019). Moderating role of financial ratios in corporate social responsibility disclosure and firm value. *PLoS ONE*, 14(4). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0215430>
- Newman, C., Tarp, F., & Trifkovic, N. (2020). Corporate Social Responsibility in a Competitive Business Environment. *The Journal of Development Studies*, 56. <https://doi.org/10.1080/00220388.2019.1694144>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). *Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility.* Harvard Business Review,



- December. Retrieved 29.04.2020 from [https://www.sharedvalue.org/sites/default/files/resource-files/Strategy\\_and\\_Society.pdf](https://www.sharedvalue.org/sites/default/files/resource-files/Strategy_and_Society.pdf)
- Pulker, C. I., Trapp, G. S. A., Scott, J. N., & Pollard, C. M. (2018). Global supermarkets' corporate social responsibility commitments to public health: a content analysis. *Global Health*, 14(1), 121. <https://doi.org/10.1186/s12992-018-0440-z>
- Ramaswamy, V., Leavins, J., & Ueng, C. G. (2017). Adding Sustainable Value: Linkages Between Growth, Governance And Social Responsibility. *The Journal of Applied Business Research*, 33(6). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.clutejournals.com/index.php/JABR/article/view/10056/10160>
- Raudeliūnienė, J., Tvaronavičienė, M., & Dzemyda, I. (2014). Towards economic security and sustainability: key success factors of sustainable entrepreneurship in conditions of global economy. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 3(4), 71–79. [http://dx.doi:10.9770/jssi.2014.3.4\(7\)](http://dx.doi:10.9770/jssi.2014.3.4(7))
- RobecoSAM (2017). *The Sustainability YearBook 2017*. Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.goldfields.com/pdf/sustainability/sustainability-reporting/awards-achievements/robecosam-yearbook-2017.pdf>
- RobecoSAM (2018). *The Sustainability YearBook 2018*. Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.goldfields.com/pdf/sustainability/sustainability-reporting/awards-achievements/robecosam-yearbook-2018.pdf>
- RobecoSAM(2019). *The Sustainability YearBook 2019*. Retrieved 29.04.2020 from: [https://yearbook.robecosam.com/fileadmin/Files/Documents/2019/The\\_Sustainability\\_Yearbook\\_2019.pdf](https://yearbook.robecosam.com/fileadmin/Files/Documents/2019/The_Sustainability_Yearbook_2019.pdf)
- SACI Falabella. (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://investors.falabella.com/English/sustainability/default.aspx>
- Seven & I Holding Co Ltd. (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.7andi.com/en/csr.html>
- Simanaviciene, Z., Kontautiene, R., & Simanavicius, A. (2017). Assumptions of Corporate Social Responsibility as Competitiveness Factor. *Montenegrin Journal of Economics*, 13(3). 149-160. <https://doi.org/10.14254/1800-5845/2017.13-3.12>
- Simionescu, L. N., & Gherghina, Ş. C. (2014). Corporate social responsibility and corporate performance: empirical evidence from a panel of the Bucharest Stock Exchange listed companies. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 9(4), 439-458. Retrieved 29.03.2020 from: <http://www.managementmarketing.ro/pdf/articole/466.pdf>
- Sousa, F. J. M., Wanderley, L. S.O., Gómez, C. P., & Farache, F. (2010). Strategic corporate social responsibility management for competitive advantage. *Brazilian Administration Review*, 7(3/5), 294-309. <https://doi.org/10.1590/S1807-76922010000300006>
- Stojanović-Aleksić, V., & Boskovic, A. (2017). What really drives corporate social responsibility? Management. *Journal Of Sustainable Business And Management Solutions In Emerging Economies*, 22(3), 75-87. <https://doi.org/10.7595/management.fon.2017.0018>
- Sustainable Development Goals*. (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300>

- The road ahead.* (2017). Retrieved 29.04.2020 from: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/10/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.pdf>
- The Sustainability YearBook.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://yearbook.robecosam.com/methodology/>
- Tsili staloho rozvytku 2016-2030.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku>
- Want to Stay Relevant? Follow the Lead of These 10 Most Reputable Companies.* (2020). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.reptrak.com/blog/want-to-stay-relevant-follow-the-lead-of-these-10-companies/>
- Wesfarmers Ltd.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.wesfarmers.com.au/>
- Woolworths Holdings Ltd.* (n.d.). Retrieved 29.03.2020 from: <https://www.woolworthsholdings.co.za/>
- Wysocka-Senkus, A., & Raczkowski, K. (2013). *Economic Security in the Context of Sustainability*. Rural Development, Aleksandras Stulginskis University, Kaunas, 6(1), 454-462. Retrieved 29.03.2020 from: <https://pdfs.semanticscholar.org/19de/46b14921d830601c5d55a6652ef7d488673c.pdf>

Received: 15.04.2020

Accepted: 22.04.2020

Published: 30.04.2020