85 години

Международна научно-практическа конференция

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКА КОХЕЗИЯ ПРЕЗ XXI ВЕК – ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

Том II

85 години

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ

„Димитър А. Ценов" - Свищов

Международна научно-практическа конференция

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКА КОХЕЗИЯ ПРЕЗ XXI ВЕК – ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

8-9 ноември 2021 г.

Том II



СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“ – СВИЩОВ

МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКА КОХЕЗИЯ ПРЕЗ XXI ВЕК – ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

Свищов, 8-9 ноември 2021 г.

Посветена на 85 години от създаването
на Стопанска академия „Димитър А. Ценов“

Сборник с доклади

ТОМ II

Международната научно-практическа конференция е организирана в изпълнение на проект №НФ-2-2021 „Устойчиво развитие и социално-икономическа кохезия през XXI век – тенденции и предизвикателства“, финансиран със средства по Наредба на МОН за насърчаване на научно-изследователската дейност

Академично издателство „Ценов“
Свищов
2021

ПРОГРАМЕН КОМИТЕТ
Проф. д-р Марияна Божинова
Ректор на Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ - председател
Проф. д. н. Борислав Борисов
Проф. д. н. Божидар Божинов
Проф. д-р Стоян Проданов
Доц. д-р Галина Чиприянова
Доц. д-р Здравко Любенов
Доц. д-р Иван Марчевски
Доц. д-р Ирена Емилова
Доц. д-р Искра Пантелеева
Доц. д-р Катя Личева
Доц. д-р Людмил Несторов
Доц. д-р Марина Николова
Доц. д-р Пламен Петков
Доц. д-р Силвия Костова
Доц. д-р Христо Сирашки

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ
Доц. д-р Румен Ерусалимов - *председател*
Проф. д-р Пенка Шишманова
Проф. д-р Стефан Симеонов
Доц. д-р Красимира Славева
Доц. д-р Маруся Смокова-Стефанова
Доц. д-р Светослав Илийчовски
Доц. д-р Теодора Филипова
Гл. ас. д-р Асен Божиков

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ
Проф. д-р Любчо Варамезов - *председател*
Проф. д-р Анета Денева
Проф. д-р Атанас Атанасов
Проф. д-р Йордан Василев
Проф. д-р Красимир Шишманов
Проф. д-р Маргарита Богданова
Проф. д-р Пенка Шишманова
Проф. д-р Стефан Симеонов
Доц. д-р Александър Ганчев
Доц. д-р Венцислав Василев
Доц. д-р Красимира Славева
Доц. д-р Маруся Смокова-Стефанова
Доц. д-р Румен Ерусалимов
Доц. д-р Светослав Илийчовски
Доц. д-р Теодора Филипова

Публикуваните материали са рецензирани. Авторите носят отговорност за съдържанието на материалите, изразените мнения, използваните данни, цитираните източници и езиковото оформление на текстовете.

ISBN 978-954-23-2069-2 (print)
ISBN 978-954-23-2070-8 (online)

D. A. TSENOV ACADEMY OF ECONOMICS – SVISHTOV

INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND SOCIO-ECONOMIC COHESION IN THE 21ST CENTURY: TRENDS AND CHALLENGES

Svishtov, 8th - 9th November 2021

Dedicated to the 85th anniversary since the establishment of D. A. Tsenov Academy of Economics

Conference Proceedings

VOLUME II

The international scientific and practical conference has been organized as implementation of project SF-2-2021 "Sustainable Development and Socio-Economic Cohesion in the 21st Century: Trends and Challenges", financed with funds by Ordinance of the Ministry of Education and Science for encouraging scientific research

Tsenov Academic Publishing House
Svishtov
2021

PROGRAM COMMITTEE
Prof. Mariyana Bozhinova, Ph.D.
Rector of D. A. Tsenov Academy of Economics
Prof. Borislav Borissov, D.Sc.
Prof. Bozhidar Bozhinov, D.Sc.
Prof. Stoyan Prodanov, Ph.D.
Assoc. Prof. Galina Chipriyanova, Ph.D.
Assoc. Prof. Zdravko Lyubenov, Ph.D.
Assoc. Prof. Ivan Marchevski, Ph.D.
Assoc. Prof. Irena Emilova, Ph.D.
Assoc. Prof. Iskra Panteleeva, Ph.D.
Assoc. Prof. Katya Licheva, Ph.D.
Assoc. Prof. Lyudmil Nestorov, Ph.D.
Assoc. Prof. Marina Nikolova, Ph.D.
Assoc. Prof. Plamen Petkov, Ph.D.
Assoc. Prof Silviya Kostova, Ph.D.
Assoc. Prof Hristo Sirashki, Ph.D.

ORGANIZING COMMITTEE
Assoc. Prof. Rumen Erusalimov, Ph.D., Chairman
Prof. Penka Shishmanova, Ph.D.
Prof. Stefan Simeonov, Ph.D.
Assoc. Prof. Krasimira Slaveva, Ph.D.
Assoc. Prof. Marusya Smokova-Stefanova, Ph.D.
Assoc. Prof. Svetoslav Iliychovksi, Ph.D.
Assoc. Prof. Teodora Filipova, Ph.D.
Head Asst. Asen Bozhikov, Ph.D.

EDITORIAL COMMITTEE
Prof. Lyubcho Varamezov, Ph.D., Chairman
Prof. Aneta Deneva, Ph.D.
Prof. Atanas Atanasov, Ph.D.
Prof. Yordan Vasilev, Ph.D.
Prof. Krasimir Shishmanov, Ph.D.
Prof. Margarita Bogdanova, Ph.D.
Prof. Penka Shishmanova, Ph.D.
Prof. Stefan Simeonov, Ph.D.
Assoc. Prof. Aleksandar Ganchev, Ph.D.
Assoc. Prof. Ventsislav Vassilev, Ph.D.
Assoc. Prof. Krasimira Slaveva, Ph.D.
Assoc. Prof. Marusya Smokova-Stefanova, Ph.D.
Assoc. Prof. Rumen Erusalimov, Ph.D.
Assoc. Prof. Svetoslav Iliychovski, Ph.D.
Assoc. Prof. Teodora Filipova, Ph.D.

The published materials have been reviewed. The authors are responsible for the content and layout of their papers, the opinions expressed, the data used and the sources cited.

ISBN 978-954-23-2069-2 (print)
ISBN 978-954-23-2070-8 (online)

СЪДЪРЖАНИЕ

ТОМ II

МЕНИДЖМЪНТ, МАРКЕТИНГ, ПЛАНИРАНЕ, МЕЖДУНАРОДНА ИКОНОМИКА, БИЗНЕС ИНФОРМАТИКА

МЕЖДУНАРОДНАТА ПРОИЗВОДСТВЕНА СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ
В СЪВРЕМЕННИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕН БИЗНЕС
Проф. д.ик.н. Таня Горчева 7

INTEGRATION PROCESSES IN INTERNATIONAL BUSINESS: DIAGNOSIS
OF PREREQUISITES, PARAMETRIZATION AND SIMULATION
D. Sc. Econ., Professor, Illya Khadzhynov, D. Sc. Econ., Professor, Maryna Savchenko
Docent, PhD in Economics, Mariia Shkurat 16

ТЕРИТОРИАЛНИ ПРОПОРЦИИ, ДИСПРОПОРЦИИ… КОХЕЗИЯ?
(ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ)
Проф. д-р Веселин Бояджиев 25

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРИ УПРАВЛЕНИЕТО НА ЧОВЕШКИТЕ
РЕСУРСИ В КОНТЕКСТА НА ПАНДЕМИЯТА ОТ COVID-19
Гл. ас. д-р Весела Петрова, Доц. д-р Боряна Трифонова,
Гл. ас. д-р Бориславa Гълъбова, **Проф. д-р Емил Димов** 34

ГРАДЪТ - ИКОНОМИЧЕСКИ КАТАЛИЗАТОР
ЗА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА РЕГИОНА
Проф. д-р Константин Калинков 43

ПОЛИТИКИ (НЕ)ОСНОВАНИ НА ДОКАЗАТЕЛСТВА
Проф. д-р Маргарита Богданова 51

КОНЦЕПТУАЛИЗИРАНЕ НА СИСТЕМНИ СТРАТЕГИЧЕСКИ ОБРАТИ
Проф. д-р Никола Янков 59

INSTITUTIONAL CHANGES IN THE PUBLIC ADMINISTRATION
OF AGRICULTURE TO INFLUENCE UKRAINIAN AGRO – EXPORTS
Assoc. Prof. Oksana Kiforenko, PhD 66

ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ
КОМПЕТЕНЦИЙ БЕЛОРУССКИХ МЕНЕДЖЕРОВ
Доктор экономических наук, профессор Наталья Маковская 74

ПРОБЛЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ
ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ
Профессор, доктор экономических наук Вардан Бостанджян,
Кандидат экономических наук, д-р Армине Захарян, **Юлиана Акобян** 80

СЪВРЕМЕННИ МАРКЕТИНГОВИ АСПЕКТИ НА ПАЗАРА
НА ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТИ В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Ваня Григорова ……..…….. 91

РОЛЯТА НА ОРГАНИЗАЦИОННАТА КУЛТУРА
ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА
Доц. д-р Корнелия Тодорова ……..……..…….…….. 100

УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ НА ПРЕДПРИЯТИЯТА
КАТО ФАКТОР НА ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА ЕФЕКТИВНОСТТА
НА НОВА ПАРАДИГМА НА ИНДУСТРИАЛНОТО РАЗВИТИЕ
Доц. д-р Александър Александрович Сергеев …..……...…….……. 108

ОРГАНИЗАЦИОННИ ПРОЦЕСИ И УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ
Доц. д-р Анатолий Асенов …...…….…..……. 116

ПРОФЕСИОНАЛНО ПРЕГРЯВАНЕ И МОБИНГ
В ДИГИТАЛНА РАБОТНА СРЕДА
Доц. д-р Венета Христова …….……..……. 124

БИЗНЕС МОДЕЛИ И ТЕНДЕНЦИИ НА ДИГИТАЛНАТА ТРАНСФОРМАЦИЯ
Доц. д-р Веселин Попов, Доц. д-р Петя Емилова ……..……. 132

ПРИЛОЖЕНИЕ НА ИНФЛУЕНСЪР МАРКЕТИНАГА В БИЗНЕСА
Доц. д-р Виржиния Иванова …….……. 139

ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ПАНДЕМИЯТА ОТ COVID-19 ВЪРХУ
ВЪНШНАТА ТЪРГОВИЯ С УСЛУГИ НА БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Галина Захариева …….……. 147

ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ – КЛЮЧОВ ФАКТОР
ЗА ЕФЕКТИВНО УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОМЯНАТА
Доц. д-р Георги Кондев ……..…….……. 155

ВЛИЯНИЕ НА TQM И ВЪНШНИТЕ РИСКОВЕ
ВЪРХУ ПРОЦЕСИТЕ СВЪРЗАНИ С УПРАВЛЕНИЕ
НА ПРОМЯНАТА В ОРГАНИЗАЦИЯТА
Доц. д-р Георги Кондев, Докторант Ирена Михайлова …….……..……. 164

ЕКОИНОВАЦИИ И РЕСУРСНА ЕФЕКТИВНОСТ
Доц. д-р Дафина Донева …..……. 172

ЕТИКА И ЕТИЧНАТА ИНФРАСТРУКТУРА –
МОДЕЛИ В ПУБЛИЧНИЯ СЕКТОР
Доц. д-р Евелина Парашкевова, Докторант Изабела Йонкова …….……. 179

МОДЕЛИРАНЕ НА ЕКСПОРТНАТА ПАЗАРНА ОРИЕНТАЦИЯ
Доц. д-р Здравко Любенов ……..……. 187

ВЛИЯНИЕ НА ПАНДЕМИЯТА ОТ COVID-19
ВЪРХУ ДЪЛГОСРОЧНИТЕ НАГЛАСИ И НАВИЦИТЕ
ПРИ ПОТРЕБЯВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТИ
Доц. д-р Иван Марчевски, Ас. д-р Криста Нейкова ……..……. 191

РЕЦЕСИЯТА ПОРОДЕНА ОТ COVID-19 И ВЪЗМОЖНОСТИТЕ
ЗА ПРОМЕНИ В БЪЛГАРСКАТА ИКОНОМИКА
Доц. д-р Людмил Несторов ……..……. 199

РЕКЛАМНИТЕ АГЕНЦИИ В КОМУНИКАЦИОННИЯ ПРОЦЕС
Доц. д-р Пенка Горанова ……...…….……. 210

ЕФЕКТЪТ НА РОЗЕНТАЛ – КОНТРОЛНИ И УПРАВЛЕНСКИ АСПЕКТИ
Доц. д-р Пепа Стойкова, Доц. д-р Ирена Емилова ……...…….……. 218

ДИГИТАЛНАТА ЕКОСИСТЕМА – ТЕХНОЛОГИИ И БИЗНЕС МОДЕЛИ
Доц. д-р Петя Емилова, Доц. д-р Веселин Попов ……...……...……. 227

РАЗБИРАНЕ ЗА РОЛЯТА НА ОБРАЗОВАНИЕТО
В ПОСТИГАНЕТО НА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ
Доц. д-р Румяна Златева ……..……. 234

НАМАЛЯВАНЕ НА РАСТЕЖА И ДЕСТАБИЛИЗИРАЩИ
ЕФЕКТИ НА ПАНДЕМИЯТА ОТ COVID-19 ВЪРХУ
ГЛОБАЛНАТА ИКОНОМИКА
Доц. д-р Румяна Златева, Доц. д-р Али Балканли ……..……. 241

ТЕОРЕТИЧНИ И ЕМПИРИЧНИ ИЗМЕРЕНИЯ НА КОМУНИКАЦИОННАТА
ПОЛИТИКА НА ТЪРГОВСКАТА СТРУКТУРА
Доц. д-р Христина Михалева, Х. ас. д-р Светла Атанасова ……..……. 250

МЯСТО И СЪДЪРЖАНИЕ НА ПРОЦЕСА ЗА УПРАВЛЕНИЕ
НА ПРОЕКТИ ПО ОТНОШЕНИЕ НА ОСТАНАЛИТЕ ПРОЦЕСИ
Доц. д-р Христо Сирашки ……..…… 259

УПРАВЛЕНИЕ НА ИНОВАЦИИТЕ В ИНДУСТРИАЛНОТО
ПРЕДПРИЯТИЕ В УСЛОВИЯТА НА КРИЗА
Гл. ас. д-р Бориславa Гълъбова ……..……..…… 266

ДИФУЗИЯТА НА ИНОВАЦИИ В БЪЛГАРИЯ
Гл. ас. д-р Даниела Илиева ……..……...…. 276

АЛГОРИТЪМ ЗА ФИНАНСОВО УПРАВЛЕНИЕ
В ОБРАЗОВАТЕЛНА ИНСТИТУЦИЯ
Гл. ас. д-р Деница Загорчева ……....…. 284

УПРАВЛЕНИЕ НА КАРИЕРАТА –
ПРОБЛЕМИ И РЕШЕНИЯ
Гл. ас. д-р Десислава Алексиева ……....…. 292

УПРАВЛЕНИЕ НА ИЗПЪЛНЕНИЕТО В ОРГАНИЗАЦИЯТА
Гл. ас. д-р Елена Йорданова ……..…..… 298

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ПЛАНИРАНЕТО
НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА БИЗНЕСА
Гл. ас. д-р Елица Лазарова …….……..... 303

ГЛОБАЛНАТА ТЪРГОВИЯ С ВИСОКОТЕХНОЛОГИЧНИ
ПРОДУКТИ КАТО ДВИГАТЕЛ НА РАСТЕЖА
Гл. ас. д-р Ивайло Петров …….…..…. 312

ВЛИЯНИЕ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА НА ОБРАЗОВАНИЕТО
ВЪРХУ ЦИФРОВИТЕ КОМПЕТЕНТНОСТИ НА ПРЕПОДАВАТЕЛИТЕ
Гл. ас. д-р Кремена Маринова-Костова …….……..… 320

СТРАТЕГИЧЕСКА КОРПОРАТИВНА ОТГОВОРНОСТ –
ОСОБЕНОСТИ И ЗНАЧЕНИЕ ЗА ОРГАНИЗАЦИЯТА
Гл. ас. д-р Милен Динков …… 328

МЕДИКО-ГЕОГРАФСКАТА КОХЕЗИЯ В БЪЛГАРИЯ
Гл. ас. д-р Нели Веселинова …… 335

СЪСТОЯНИЕ НА БЪЛГАРСКИЯ ИЗНОС В КОНТЕКСТА
НА ПАНДЕМИЯТА ОТ КОВИД-19
Гл. ас. д-р Недялко Несторов ……..…..…… 343

КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ
КАТО КОМПОНЕНТ НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ –
ВЗАИМОВРЪЗКИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА
Гл. ас. д-р Станислава Стоянова …….……. 349

ИНТЕГРИРАНИТЕ ТЕРИТОРИАЛНИ ИНВЕСТИЦИИ КАТО ИНСТРУМЕНТ
ЗА ПОСТИГАНЕ НА КОНВЕРГЕНЦИЯ МЕЖДУ РЕГИОНИТЕ
Ас. д-р Мариела Стоянова …….……. 357

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ ПРИ КРИЗА - СЪВРЕМЕННИ
ИЗМЕРЕНИЯ И ВЪЗМОЖНИ БИЗНЕС РЕШЕНИЯ
Ас. д-р Надежда Стефанова ……..…. 363

РОЛЯ И ЗНАЧЕНИЕ НА РЕКЛАМНИЯ ПРОЦЕС В АГРОБИЗНЕСА
Ас. д-р Пламен Петров ……..……. 371

INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP IN THE NEXT NORMAL:
CHALLENGES AND OPPORTUNITIES
Sen. lect. Margarita Mihaylova, PhD …….…….. 378

СИСТЕМИ ЗА ЕФЕКТИВНОСТ НА МАРКЕТИНГОВАТА
ДЕЙНОСТ В ДИГИТАЛНА СРЕДА
Д-р Ралица Янева …….…. 385

ПРЕСТРУКТУРИРАНЕ НА МЪРЧАНДАЙЗИНГОВОТО ПРОДУКТОВО НИВО ПОСРЕДСТВОМ МАТРИЦАТА ARTHUR D. LITTLE – A. D. L.
Х. ас. д-р Светла Атанасова ……..... 393

THE IMPACT OF ELECTRONIC HUMAN RESOURCES MANAGEMENT PRACTICES ON ACHIEVING COMPETITIVE ENTREPRENEURSHIP FOR BUSINESS ORGANIZATIONS
Mohamed Mostafa Ali AlBaz, PhD, Lecturer,
Adham Said Ali Ibrahim, MSC, PhD Student ……..……..… 401

УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОЕКТНИ ЕКИПИ В МУЛТИПРОЕКТНА СРЕДА
Докторант Боян Врančев ……..…….. 409

ИНОВАЦИИ ПРИ ПРИЛАГАНЕ НА „ЗЕЛЕНИ“ ПОЛИТИКИ В ХОТЕЛИЕРСТВОТО
Докторант Владо Божилов ……...……..……. 416

КОНФЛИКТИТЕ В ОРГАНИЗАЦИЯТА И УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ
Докторант Мария Велкова ……..… 425

ОТРАСЛИ НА ИКОНОМИКАТА

КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЯТ ТУРИЗЪМ И БЪЛГАРСКАТА ПРОЕКЦИЯ
Проф. д-р Марияна Божинова ……..… 435

ИНДУСТРИАЛНА ПОЛИТИКА В ДЪРЖАВИ С РАЗВИВАЩИ СЕ ПАЗАРИ В КОНТЕКСТА НА ИНДУСТРИЯ 4.0
Проф. д.ик.н. Евгений Савелев, Проф. д.ик.н. Виталина Куриляк …….…….. 443

ОСОБЕНОСТИ НА ФОРМИРАНЕ НА МЕХАНИЗМА НА УПРАВЛЕНИЕ НА СОЦИАЛНО ОТГОВОРНИТЕ КОМПАНИИ ВЪВ ВЕРИГАТА НА ДОСТАВКИТЕ
Проф. д-р Анета Денева, Докторант Рустам Асланзаде ……..... 451

БЪЛГАРИЯ И РУМЪНИЯ КАТО АТРАКТИВНИ НИЪРШОРИНГ ДЕСТИНАЦИИ
Проф. д-р Любчо Варамезов, Кармен Врančев ……... 457

ДИГИТАЛНАТА ИНФРАСТРУКТУРА – ИНСТРУМЕНТ НА УПРАВЛЕНСКОТО КОНСУЛТИРАНЕ ЗА РАЗВИТИЕ НА СМАРТ ТУРИЗМА
Доц. д-р Николай Цонев, Докторант Данаил Алеков ……..…….. 464

ВЛИЯНИЕ НА КРИЗИСНИТЕ СЪБИТИЯ ВЪРХУ ТЪРГОВИЯТА НА ДРЕБНО
Доц. д-р Венцислав Перков ……. 472

ЗНАЧИМОСТ НА АГРАРНИЯ СЕКТОР ЗА НАЦИОНАЛНАТА ИКОНОМИКА
Доц. д-р Виолета Блажева …….…….. 480

НОВИ ИЗМЕРЕНИЯ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИЯ БИЗНЕС
В ДИГИТАЛНА СРЕДА
Доц. д-р Искра Пантелеева ……..….. 488

ТУРИЗЪМ В УСЛОВИЯТА НА COVID-19
Доц. д-р Любка Илиева ……..….. 497

ФОРМИРАНЕ НА СЕНЗОРНИ ИЗЖИВЯВАНИЯ В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ
ПАКЕТИ КАТО ФАКТОР ЗА ЗАВРЪЩАНЕ НА ТУРИСТИТЕ
В ДЕСТИНАЦИЯТА
Доц. д-р Мариана Янева, Д-р Ралица Георгиева ……..… 505

БИЗНЕС ИДЕНТИФИКАЦИЯ НА ПРОДУКТИТЕ ПО ЗДРАВЕН ТУРИЗЪМ
И ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА РАЗВИТИЕТО ИМ В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ
РАЙОНИ В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Мариана Янева, Д-р Стилияна Басмаджиева ……. 513

СЪСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ НА БЪЛГАРСКИЯ АГРАРЕН СЕКТОР
В УСЛОВИЯ НА ТРАНСФОРМИРАЩА СЕ
КЪМ УСТОЙЧИВОСТ ИКОНОМИКА
Доц. д-р Марина Николова ……..…… 523

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА УСТОЙЧИВ КООПЕРАТИВЕН
МОДЕЛ В БЪЛГАРСКОТО СЕЛСКО СТОПАНСТВО
Доц. д-р Маруся Линкова ……..….. 532

ИЗИСКВАНИЯ ОСИГУРЯВАЩИ ЗДРАВОСЛОВНИ
И БЕЗОПАСНИ УСЛОВИЯ НА ТРУД В ЦЕХОВЕТЕ
ЗА КОНФЕКЦИОНИРАНЕ НА ОБУВНИ ИЗДЕЛИЯ
Доц. д-р Николай Карев ……..……. 539

ТЪРГОВИЯТА НА БЪЛГАРИЯ С ТРЕТИ СТРАНИ –
АНАЛИЗИ И ТЕНДЕНЦИИ
Доц. д-р Петранка Мидова ……..…… 547

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ОЦЕНКА НА ПАКЕТИ ОТ АКЦИИ
Доц. д-р Светослав Илийчовски ……..... 555

ВЪЗНИКВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА ТЕКСТИЛНАТА ИНДУСТРИЯ
В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Сергей Найденов, Докторант Калин Петров Киряков …….. 564

ОМНИКАНАЛНАТА ИНТЕНЗИВНОСТ НА АСОРТИМЕНТНО ПРЕДЛАГАНЕ
КАТО ДЕТЕРМИНАНТА НА ПОТРЕБИТЕЛСКАТА УДОВЛЕТВОРЕНОСТ
Доц. д-р Симеонка Петрова …. ……...571

КООПЕРИРАНЕ И СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ ЗА УСТОЙЧИВ
РАСТЕЖ И ТЕХНОЛОГИЧНО РАЗВИТИЕ
Доц. д-р Славена Стоянова ……..…… 579

РЕГИОНАЛНАТА ПОЛИТИКА И ПРОГРАМИТЕ ЗА РАЗВИТИЕ
ТЕРИТОРИЯТА И ТУРИЗМА В СЪВРЕМЕННИТЕ УСЛОВИЯ
Доц. д-р Тихомир Личев ……. 587

СОЦИАЛНАТА КОХЕЗИЯ – ХАРАКТЕРИСТИКИ
И ТЕОРЕТИЧНА РАМКА
Гл. ас. д-р Ваня Ганева ……..….. 595

КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА БЕЗОТГОВОРНОСТ
Гл. ас. д-р Емил Николов …… 603

ЗАЕТИТЕ ЛИЦА В ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ –
СЪСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ
Гл. ас. д-р Зоя Иванова …… 611

ИНТЕЛИГЕНТНИ РЕШЕНИЯ ЗА ТЪРГОВИЯ НА ДРЕБНО –
ОБЛАЧНА БАЗИРАНА ТОЧКА НА ПРОДАЖБА
Гл. ас. д-р Иван Маринов …… 619

КРЪГОВАТА ИКОНОМИКА - МОДЕЛ ЗА ПОВИШАВАНЕ
УСТОЙЧИВОСТТА НА СЕЛСКОТО СТОПАНСТВО
Гл. ас. д-р Илияна Кръстева ……... 625

ДИНАМИКА В ЗАЕТОСТТА НА ЛЕГЛОВАТА БАЗА ПО БЪЛГАРСКОТО
ЧЕРНОМОРИЕ ЗА ПЕРИОДА 2019-2021г.
Гл. ас. д-р Любомира Тодорова……632

ПРИЛОЖЕНИЕ НА СКЛАДОВИТЕ СИСТЕМИ В УПРАВЛЕНИЕТО НА
ТЪРГОВСКИТЕ ПРОЦЕСИ ПРИ ОМНИКАНАЛНИ ТЪРГОВЦИ
Гл. ас. д-р Марияна Кътева…….. 638

ХОТЕЛИЕРСТВОТО В БЪЛГАРИЯ В УСЛОВИЯТА НА COVID-19
Гл. ас. д-р Павлин Павлов ……..……645

ПЛАНЪТ ЗА ВЪЗСТАНОВЯВАНЕ И УСТОЙЧИВОСТ
НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ – СМЯНА НА ПРИОРИТЕТИТЕ
В ТРАНСПОРТНИЯ СЕКТОР
Гл. ас. д-р Петя Коралова-Ножарова, Гл. ас. д-р Щерьо Ножаров…….……651

МРЕЖОВИ ВЕРИГИ НА ДОСТАВКА В АГРОБИЗНЕСА
Гл. ас. д-р Радка Ненова ……..…….…….659

ДИНАМИКА И РАЗВИТИЕ НА ПРОИЗВОДИТЕНОСТТА
НА ТРУДА В СЕКТОР УСЛУГИ
Гл. ас. д-р Силвия Господинова …….……...667

СЪЩНОСТНИ АСПЕКТИ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА
Гл. ас. д-р Цветелина Кабакчиева ……..……675

ФОТОВОЛТАИЧНИТЕ СИСТЕМИ В КОНТЕКСТА
НА ЗЕЛЕНАТА СДЕЛКА
Гл. ас. д-р Явор Станев ……681

ТЕРИТОРИАЛНА КОНЦЕНТРАЦИЯ НА СЕКТОР НЕДВИЖИМА
СОБСТВЕНОСТ И ФАКТОРИТЕ, КОИТО МУ ВЛИЯЯТ
Гл. ас. д-р Яна Стоенчева ……..….. 686

ФАКТОРИ, ВЛИЯЕЩИ ВЪРХУ ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИТЕ
НАМЕРЕНИЯ НА МЛАДИТЕ
Ас. д-р Ивайло Костов ……..695

НАЧИНИ ЗА ВЪЗСТАНОВЯВАНЕ НА ДРЕБНИЯ ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ
БИЗНЕС В СФЕРАТА НА ТУРИЗМА СЛЕД COVID-19
Ст. преп. Елка Узунова ……702

ПРОИЗВОДСТВО НА ВОДОРОД ЧРЕЗ ЯДРЕНИ ЦЕНТРАЛИ –
ПЕРСПЕКТИВИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА
Д-р Борислав Боев ……...……..708

ПРИЛОЖЕНИЕ НА ТРЪЖНИТЕ ПРОЦЕДУРИ В УПРАВЛЕНИЕТО
НА ЗЕМЕДЕЛСКИТЕ ЗЕМИ – АКЦЕНТИ И ПРОБЛЕМИ
Доктор Валери Велковски ……..…….716

ПРОГРАМАТА ЗА ПРОФИЛАКТИКАИ РЕХАБИЛИТАЦИЯ
НА НОИ КАТО ЧАСТ ОТ ДЪРЖАВНАТА ПОЛИТИКА
ЗА ЗДРАВЕН ТУРИЗЪМ
Доктор Кристина Георгиева ……..725

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ
НА ИНДУСТРИАЛНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО КОХЕЗИОННАТА
ПОЛИТИКА ПРЕЗ XXI-ВЕК
Докторант Айтен Сабри …….. 733

ЗЕЛЕНАТА ИКОНОМИКА И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО
Докторант Александър Личев ……740

ПРИКЛЮЧЕНСКИЯТ ТУРИЗЪМ КАТО НЕРАЗДЕЛНА
ЧАСТ ОТ СВЕТОВНИЯ ТУРИЗЪМ
Докторант Виктория Янакиева ……..748

НЕГАТИВНИ ПРОЯВЛЕНИЯ ОТ ПРИЛОЖЕНИЕТО
НА МЕДИЦИНСКИЯ ТУРИЗЪМ
Докторант Десислава Александрова ……..754

СТРАТЕГИЧЕСКИ ПОДХОД ЗА ПРИЛАГАНЕ НА ИЗИСКВАНИЯТА
ЗА СЕРИАЛИЗАЦИЯ НА ЛЕКАРСТВЕНИ ПРОДУКТИ ОТ СТРАНА НА ООП
Докторант Димитър Райчев ……761

СТРАТЕГИЧЕСКА КОРПОРАТИВНА ОТГОВОРНОСТ – ОСОБЕНОСТИ И ЗНАЧЕНИЕ ЗА ОРГАНИЗАЦИЯТА

Гл. ас. д-р Милен Динков[1]

Резюме: *Феноменът „отговорност“ на бизнес организациите продължава да привлича вниманието на редица изследователи и специалисти и днес. „Отговорните“ организации се разглеждат като такива, които отговарят на нуждите и желанията на всички заинтересовани страни. От друга страна, необходимо е да се обърне внимание и на връзката между корпоративната отговорност на организацията и нейните стратегии, което би довело и до поява на нови и ефективни бизнес практики.*

Ключови думи: *отговорност, стратегия, организация, устойчивост, бизнес*
JEL: M10, M14

STRATEGIC CORPORATE RESPONSIBILITY - FEATURES AND SIGNIFICANCE FOR THE ORGANIZATION

Head Assist. Prof. Milen Emilov Dinkov, PhD

Abstract: *The phenomenon of „responsibility“ of business organizations continues to attract the attention of many researchers and professionals today. „Responsible“ organizations are seen as meeting the needs and desires of all stakeholders. On the other hand, it is necessary to pay attention to the relationship between the corporate responsibility of the organization and its strategies, which would lead to the emergence of new and effective business practices.*

Key words*: responsibility, strategy, organization, sustainability, business*
JEL: M10, M14

1. Въведение

Феноменът „отговорност“ на бизнес организациите продължава и днес да привлича вниманието на редица изследователи и специалисти. За „отговорни“ организации се разглеждат тези, които отговарят на нуждите и желанията на всички заинтересовани страни, не само на акционерите, но и на клиентите, служителите, доставчиците и обществото като цяло. От друга страна, внимание трябва да се обърне и на връзката между корпоративната отговорност на организацията и нейните стратегии, което би довело и до поява на нови и ефективни бизнес практики, които ще позволят лесно и бързо да се преодолеят предизвикателствата на динамичното и несигурно бъдеще. От тук произтича и целта на разработката, а именно да се установи дали отговорността на една организация и нейните стратегиите могат и трябва ли да бъдат свързани помежду си.

[1] m.dinkov@uni-svishtov.bg, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов

2. Корпоративна социална отговорност

Разглеждайки корпоративната социална отговорност (КСО) се вижда, че тя се формира от три основни думи: *корпоративна, социална* и *отговорност*. Според една от дефинициите, широко използвана в специализираната литература, КСО се определя като социална отговорност на бизнеса, която обхваща икономическите, правни, етични и дискреционни очаквания, които обществото има към организациите в даден момент. (Sayekti, 2015). От друга страна, някои автори смятат, че социално отговорните организации отчитат пълния обхват на своето въздействие върху обществото и околната среда, вземайки решения на основата на балансиране на личните нуждите на заинтересованите страни с необходимостта от печалба. (Doane, 2005)

Организацията се свързва с дейностите по създаване на ред и подреденост в една система. (Емилова, 2012) Има организации, които взаимодействат социално както с хората, така и с околната среда. Следователно отговорността в КСО изисква едно симбиотично и сплотено съществуване. Някои автори разглеждат КСО като непостоянна концепция, която е част от различни организационни стратегии.(Carroll, 1991) От това следва, че успехът на КСО на една организация отразява възможността да се отговори на изискванията на заинтересованите страни, прилагайки собствен бизнес модел. Други изследователи подчертават, Бригс и Верма (2006 г., стр.26) също подчерта, че КСО от една страна може да се разглежда като средство за определяне на задълженията, които бизнесът има към обществото, а от друга, първо като начин за избор на определена политика и идеи как тези задължения могат да бъдат изпълнени, и второ, като инструмент за идентифициране на взаимните ползи при изпълнение на тези задължения. (Briggs & Verma, 2006) Но, обобщавайки отделните виждания може да се каже, че КСО представлява неразделна част от репутацията на една организация и идентичността на нейната марка.

Корпоративната социална отговорност е пряко свързана и с понятията „устойчивост“, „устойчиво развитие“ и „корпоративна устойчивост“, които също имат важно значение при разработване, анализ и оценка на целите на организацията. Разглеждайки ги най-общо, те се използват за вземане на решения относно инвестиции, политика, развитие и създаване на стратегия, и се появяват в различни области през различни периоди от дейността на организацията. От това следва, че те би трябвало да имат и различни значения. С течение на времето обаче те са започнали да се използват взаимозаменяемо, което води до объркване както в самите мениджъри, така и в обществеността, като всичко това налага да се предприемат действия по изясняване на тяхната същност. Като цяло може да се каже, че *корпоративната социална отговорност* е основният термин за фокусиране върху индивидуалните бизнес организации, *корпоративната устойчивост* е организацион-

ната политика по отношение на външната среда, *устойчиво развитие* е обществена политика, а *устойчивост* е най-общия термин, обхващащ глобалните, локалните и организационни нива.

По своята същност трите термина КСО, корпоративна устойчивост и устойчивостта може да се разграничат помежду си и така: КСО е форма на международно търговското регулиране, фокусирано върху въздействието на бизнеса върху околната среда и обществото. (Sheehy, 2015) Тук се включват множество индивидуални и колективни права в допълнение към насоките за етиката и екологичните проблеми. От друга страна, корпоративната устойчивостта е силно ориентирана както към обществото, така и към слаби форми на лична ориентация. В съдържателно отношение тук се включва разнообразен набор от идеи, произхождащи от различни групи, фокусирани или за устойчиво развитие, или за опазване на околната среда, но и в двата случая са насочени към бизнеса. От тук, независимо от факта, че корпоративната социална отговорност и корпоративната устойчивост се отнасят до концепцията на бизнес етиката, те го правят по доста различни начини. Третият термин устойчивостта описва по-широка програма за глобална обществена политика, формираща основа за устойчиво развитие, което е фокусирано главно върху екологични дейности с основна цел висок просперитет на обществото.

Корпоративната социална отговорност и корпоративната устойчивост днес все по-често се употребяват в различните сектори на икономиката. Всичко това води и до употреба им като синоними. (Van Marrewijk, 2003) Заедно с тях непрекъснато се използват и устойчивост и устойчиво развитие, което внася допълнително объркване. Тези четири различни, но очевидно свързани помежду си термина пораждат два важни въпроса: *първо*, означават ли това, че те по същество имат един и същи смисъл, и *второ*, ако те имат различни значения, в какво се състои тяхната разлика и дали тя е значителна (като например поставяне на цели, вземане на решения, принос спрямо различните заинтересовани страни и др.)

От казаното следва, че с изясняването на тези концепции се позволява различните виждания спрямо тях да се оспорват, да се защитават или подреждат по начин в съответствие с необходимите ресурси, в подкрепа на важни икономически, политически и социални решения. Тези решенията засягат въпросите за опазване на околната среда, справедливостта и социалната политика. Липсата на яснота нарушава способността на хората да се справят с въздействието на бизнеса върху околната и социална среда, да се справят с неетичното бизнес поведение и невъзможността да се определи и следва правилния път на развитие.

3. Стратегическо значение на корпоративната отговорност

Както вече стана ясно, корпоративната отговорност може да бъде определена като уважение към другите, включващо разнообразие от морални

постъпки спрямо хората (включително настоящите и бъдещи поколения) и околната среда, които надвишават нивото на законосъобразност. Някои изследователи считат, че мотивацията за тези корпоративни практики варират от получената печалба (McWilliams & Siegel, 2011), от някои етични задължения (Kolstad, 2007), проявявайки лидерство, изграждане на добродетели и дори вяра, че духовността трябва да бъде в основата при формиране на всяко бизнес поведение. (Rake & Grayson, 2009) От тук следва, че мениджърите, участващи във вземането на корпоративни решения, виждат различни значения и смисъл в корпоративната отговорност. Така например, основната отговорността на всяка бизнес организацията е да намира и получава нов конкурентен потенциал, да се справя с предизвикателствата на устойчивото развитие с цел изграждане и установяване на една нова корпоративна идентичност и нов управленски дух. (Heikkurinen & Mäkinen, 2016) Всички тези виждания относно стратегическото значение на корпоративната отговорност формират изцяло нова област на изследване, която някои автори определят като стратегическа корпоративна отговорност. (Porter & Kramer, 2006)

Най-общо може да се каже, че отговорността става стратегическа в една бизнес организация, когато социалните и екологичните проблеми се превърнат в основен приоритет и са налице целенасочени действия и практики за една реална отговорност. (Burke & Logsdon, 1996) Казано по друг начин, докато корпоративната отговорност включва всички действия спрямо хората и околната среда в организационен контекст отвъд законовия минимум, стратегическата корпоративна отговорност е свързана с привеждане в съответствие на тези действия с общите цели и практики на бизнес организацията. От тук следва, че стратегическият подход към отговорността на организациите включва дейности с дълъг времеви хоризонт, голям ресурс от ангажименти и значителни структурни настройки. (Bansal, Jiang, & Jung, 2015)

Водещият интерес за ориентиране към стратегическа корпоративна отговорност произтича от това, че разглеждането на въпросите за отговорността по един неблагоразумен начин, включващ спонтанна благотворителност към различни групи или еднократни действия като рециклиране на определен продукт, вероятно биха били несъответстващи от гледна точка на икономиката, обществото и околната среда. Всичко това е накарало изследователите на корпоративната отговорност да открият и предложат едни похолистични, аналитични, интегрирани, социални и екологични приноси. (Ketola, 2010) Тази промяна от реактивни стратегии, към превантивни и предпазни, често наричани проактивни, предприемачески и творчески стратегии, означава, че отговорността трябва да бъде заложена в основните функции на бизнес организациите и интегрирана в различните нива на организационната стратегия. Свързването на корпоративната отговорност и стратегията на организацията ще бъде от голямо значение, не само поради свър-

заните с тях социални и екологични приноси, но и като основна предпоставка за икономическо развитие. Въпросът обаче дали стратегическата корпоративна отговорност е наистина ефективна зависи от начина, по който стратегията и отговорността са взаимосвързани в организация. (Dyllick & Muff, 2016)

Историческа отправна точка за преглед на изследванията върху стратегическата корпоративна отговорност може да бъде взета от изследванията на някои автори, според които, ако трябва да се вземат предвид факторите на социалната отговорност и „традиционните“ бизнес нужди за равнопоставени, то те трябва да бъдат интегрирани на онзи етап от корпоративното планиране, който определя стратегиите, политиките и разпределението на ресурсите. (Heikkurinen, 2018) От друга страна, при обвързване на отговорността и стратегията е необходимо да се анализира връзка между организацията и нейната среда. Тези идеи за корпоративно планирането са тясно свързани и с теорията на ресурсната зависимост, която разглежда как външните ресурси влияят върху поведението на организацията. (Heikkurinen, 2018)

Друга отправна точка за преглед на проучванията върху стратегическата корпоративна отговорност може да бъде взета от новаторските проучвания на R. A. Litz, който разглеждат проблема, основавайки се на ресурсите. (Litz, 1996) Според авторът вътрешните ресурси на организацията играят решаваща роля както за формиране на нейната отговорност, така и за развитието на необходимите и трайни източници на стратегическо предимство.

Тук може да се каже, че все по-често вниманието се насочва към вътрешната стратегическа ориентация за разлика от външната стратегическа ориентация. В някои проучвания отделните вътрешни ориентации са свързани помежду си с фокус върху издръжката и развитието на вътрешните възможности на организацията - поглед „отвътре навън“. (Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 1998) Най-общо казано, тази вътрешно стратегическата ориентация се счита за особено уместна в турбулентна и бързо променяща се среда, в която организациите не са в състояние да променят посоката си в съответствие с колебанията и изисквания на пазара, и на заинтересованите страни.

Обобщавайки казаното може да се посочи, че стратегическата КСО е пресечна точка за тези, които предлагат КСО и които не предлагат КСО, защото дейностите по КСО са включени като част от стратегията на организацията, което ще увеличи нейните финансовите резултати и в същото време ще изпълни социалната й отговорност към заинтересованите страни. Идеята за КСО като стратегия се състои в това да се намери начин за преодоляване на разликата между интересите на акционерите и интересите на други заинтересовани страни.

3. Заключение

Днес стратегическото планиране се превърна в една изключително сложна практика, при която вече не е достатъчно само да се вземат предвид традиционните политически и икономическите фактори, но и тези на околната среда. Това, което рядко се прави обаче, е да се погледне връзката между бизнеса и обществото по обратния ред, т.е. как бизнеса може да допринесе за ефективното решаване на глобалните предизвикателства пред обществото. Ако това се случи, може да станем очевидци на една решаващата стъпка, необходима за преминаването на бизнеса към пълноценна и действителна устойчивост. Това обръщане на погледа отвътре навън ще позволи на всяка една организация да разработи такива стратегии и бизнес модели, с помощта на които ще се преодолеят обществените предизвикателства и ще се формира принос за общото благо.

Както стана ясно, отговорността и стратегията на една организация могат и трябва да бъдат свързани помежду си. Съществуват различни гледни точки по този въпрос, като всяка една от тях свързва отговорността и стратегията по различен начин. Тези виждания се различават според своята стратегическа ориентация (външно-вътрешна) и според своята отговорност (външна-вътрешна). Всичко това дава основание да се определи една обща гледна точка за стратегическата отговорност на организациите, която се характеризира с ориентация към външната отговорност и интегративна стратегическа ориентация, най-често прилагана като подход от страна на заинтересованите страни.

Използвани източници

Емилова, И. (2012). Концептуален модел за управление на организационната култура в сферата на социалните дейности. *Диалог, 1*, 112.

Bansal, P., Jiang, G. F., & Jung, J. C. (2015). Managing responsibly in tough economic times: strategic and tactical CSR during the 2008-2009 global recession. *Long Range Planning, 8*(2), 6.

Beins, B. (2012). *APA Style Simplified: Writing in Psychology, Education, Nursing, and Sociology.* New York: Wiley-Blackwell.

Briggs, W., & Verma, A. (2006). Sharing the wealth: by giving in times of need, corporations can do good in the community – and for the bottom line. *Communication World, 23*(1), 25-28.

Burke, L., & Logsdon, J. M. (1996). How corporate social responsibility pays off. *Long Range Planning, 29* (4), 495-502.

Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Social Corporate Responsibility. *Business Horizons*, 39-48.

Doane, D. (2005). Beyond corporate social responsibility: minnows, mammoths and market. *Futures, 37*, 215-229.

Dyllick, T., & Muff, K. (2016). Clarifying the meaning of sustainable business: introducing a typology from business-as-usual to true business sustainability. *Organization and Environment, 29*(2), 156-174.
Heikkurinen, P. (2018). Strategic corporate responsibility: a theory review and synthesis. *Journal of Global Responsibility, 9*(4), 390.
Heikkurinen, P., & Mäkinen, J. (2016). Synthesising corporate responsibility on organisational and societal levels of analysis: An integrative perspective. *Journal of Business Ethics, 1-19*.
Ketola, T. (2010). Five leaps to corporate sustainability through a corporate responsibility portfolio matrix. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 17*(6), 320-336.
Kolstad, I. (2007). Why firms should not always maximize profits. *Journal of Business Ethics, 76*(2), 137-145.
Litz, R. A. (1996). A resource-based-view of the socially responsible firm: stakeholder interdependence ethical awareness, and issue responsiveness as strategic assets. *Journal of Business Ethics, 15*(12), 1355-1363.
McWilliams, A., & Siegel, D. (2011). Creating and capturing value: strategic corporate social responsibility, resource-based theory, and sustainable competitive advantage. *Journal of Management, 37*(5), 1480-1495.
Mintzberg, H., Ahlstrand, H., & Lampel, J. (1998). Strategy Safari: A Guided Tour through the Wilds of Strategic Management. *The Free Press*.
Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review, 12*, 78-92.
Rake, M., & Grayson, D. (2009). Embedding corporate responsibility and sustainability–everybody's business. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society, 9*(4), 395-399.
Sasse, C. M., & Trahan, R. T. (2007). Rethinking the new corporate philanthropy. *Business Horizons, 50*, 29-38.
Sayekti, Y. (2015). Strategic Corporate Social Responsibility (CSR), Company Financial Performance, and Earning Response Coefficient: Empirical Evidence On Indonesian Listed Companies. *2nd Global Conference on Business and Social Science-2015, 17-18 September* (p. 412). Bali: Procedia - Social and Behavioral Sciences.
Sheehy, B. (2015). Defining CSR: Problems and Solutions. *Business Ethics*, 625-648.
Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion. *Business Ethics*, 102.