

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975) [www. economy.nayka.com.ua](http://www.economy.nayka.com.ua) | № 4, 2021 | 29.04.2021 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2021.4.13](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.4.13)

УДК 332.025.12:330.131.5

*Л. В. Фролова,
д. е. н., професор, завідувач кафедри підприємництва і торгівлі,
Державний університет «Одеська політехніка»
ORCID ID: 0000-0001-7964-8173*

*С. О. Єрмак,
д. е. н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств,
Державний університет «Одеська політехніка»
ORCID ID: 0000-0001-5232-6406*

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СЕРЕД БІЗНЕС-СТРУКТУР УКРАЇНИ

*L. Frolova
Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Entrepreneurship and Trade,
Odessa Polytechnic State University*

*S. Yermak
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of
Economics of Enterprises, Odessa Polytechnic State University*

DEVELOPMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AMONG BUSINESS STRUCTURES OF UKRAINE

У статті досліджено розвиток корпоративної соціальної відповідальності бізнес-структур в Україні у 2005-2020 роках, конкретизовано напрямки корпоративної соціальної відповідальності бізнес-структур та виокремлено шість основних груп: екологічні та енергозберезувальні аспекти виробництва; розвиток віддалених територій; сумлінна ділова практика та налагодження зв'язків; людський капітал (освіта, здоров'я, добробут); громадські заходи, соціальні ініціативи та благодійність; якість продукції та лояльність споживачів. За обраними напрямками було систематизовано підприємства, представлені у рейтингу ТОП-20 кращих українських програм корпоративної соціальної відповідальності. Досліджено структуру інноваційно-активних підприємств України за видами економічної діяльності, виявлено, що найбільша частка припадає на сферу харчової промисловості. Розглянуто вдалий приклад застосування політики корпоративної соціальної відповідальності вітчизняного підприємства сфери харчової промисловості.

Due to popularization of the corporate social responsibility idea by science, signing of the association agreement between Ukraine and the EU, strengthening of market competition more and more domestic business structures realize the need to introduce the principles of corporate social responsibility in their activities. However, some obstacles may be a vague understanding of the essence of corporate social responsibility and its main directions. The purpose of this study is to specify the areas of corporate social responsibility and the main trends of its development among business structures of Ukraine. The article examines the development of corporate social

responsibility of business structures in Ukraine in 2005-2020, specifies the areas of corporate social responsibility of business structures and identifies six main groups: environmental and energy-saving aspects of production; development of remote areas; honest business practice and networking; human capital (education, health, well-being); public events, social initiatives, and charity; product quality and consumer loyalty. The enterprises represented in the TOP-20 ranking of the best Ukrainian corporate social responsibility programs were systematized according to the selected areas. The structure of innovation-active enterprises of Ukraine by types of economic activity is studied, it is revealed that the largest share falls on the food industry. A successful example of application of corporate social responsibility policy of a domestic enterprise in the food industry is considered. It is concluded that the development of corporate social responsibility has been taking place quite rapidly among Ukrainian business structures recently. More and more domestic business structures are realizing that the successful implementation of the company's corporate social responsibility policy is synonymous with a successfully developing company. It is possible to create a more favorable environment for the development of corporate social responsibility among business structures in Ukraine under the conditions of effective interaction between government agencies, business representatives and consumers.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність; бізнес-структура; розвиток; інноваційна активність.

Keywords: corporate social responsibility; business structure; development; innovation activity.

Постановка проблеми. Економіка України в сучасних умовах характеризується посиленням конкуренції, появою нових можливостей і загроз розвитку бізнес-структур, пов'язаних з невизначеністю і впливом зовнішнього середовища. Більш того, вплив зовнішнього середовища стає все більш значним, невизначеність підсилюється пандемією COVID-19, що є одним з потужних дестабілізуючих факторів розвитку реального сектора економіки, здатним привести його до кризових явищ. Підйом і конкурентоспроможність вітчизняних бізнес-структур багато в чому залежать від ефективності їх функціонування, а також від методів та механізмів управління ними. Останнім часом ширяться побоювання, що існуюча модель взаємодії, яка приносить прибуток бізнес-структурам, інвесторам та кредиторам, реалізується за рахунок стану навколишнього середовища й добробуту населення. Отже постає завдання оптимального використання потенціалу бізнес-структур, їх інноваційної діяльності на благо суспільства при дотриманні ними основних принципів і напрямків розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

Аналіз останніх досліджень і літератури. Дослідженню теоретичних основ корпоративної соціальної відповідальності та проблемам її розвитку серед бізнес-структур присвячено велику кількість наукових праць зарубіжних вчених, серед них Bowen H. [1], Jamali D. [2], Hartmann M. [3], Kramer M. [4], Porter M. [4] та інші. Та, незважаючи на те, що корпоративна соціальна відповідальність знаходиться у колі уваги вітчизняних науковців лише друге десятиліття і досі проходить етап становлення, на даний момент вже існує значна кількість наукових досліджень та публікацій на цю тему таких авторів, як Антошко Т. [5], Воробей В. [6], Гусева О. [7], Данилюк А. [6], Дейч М. [8], Кривоус В. [9], Сухотеріна М. [10], Тарасюк Г. [12], Філіпова С. [10, 11] та багатьох інших. Саме завдяки популяризації ідеї корпоративної соціальної відповідальності наукою, підписанню угоди про асоціацію між Україною та ЄС, підсиленню ринкової конкуренції все більше вітчизняних бізнес-структур усвідомлюють необхідність запровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності у свою діяльність. Проте певними перешкодами може бути нечітке розуміння самої сутності корпоративної соціальної відповідальності та її основних напрямків.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є конкретизація напрямків корпоративної соціальної відповідальності та основних трендів її розвитку серед бізнес-структур України.

Виклад основного матеріалу. У попередніх дослідженнях [13] корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) було визначено нами як економічно, соціально й екологічно відповідальну практику ведення бізнесу, що узгоджується з концепцією сталого економічного розвитку. При цьому бізнес-структури зобов'язуються поважати соціальні та екологічні принципи, а також права людини у своїй щоденній діяльності та стосунках із працівниками, акціонерами, споживачами, інвесторами та громадянським суспільством. Зеленою книгою Європейського Союзу [19] КСВ визначено у вигляді інтеграції соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність бізнес-структур та їхню взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільній основі. Стратегією ЄС по КСВ [20], датованою 2011 роком, поняття КСВ визначено як відповідальність бізнес-структур за свій вплив на суспільство.

На світовій арені вітчизняні бізнес-структури повинні звертати увагу на міжнародні стандарти КСВ. Слід зазначити, що сьогодні в світі існує ряд ініціатив, що визначають певні принципи і стандарти соціальної

відповідальності, але ці принципи і стандарти не є юридичними нормами ділової активності, а всього лише етичними нормами, яким бізнес-структури можуть добровільно слідувати.

Початком розвитку руху КСВ бізнес-структур в Україні можна вважати грудень 2005 року, коли був проведений Форум «Корпоративна соціальна відповідальність і Глобальний Договір» [7]. Мережа Глобального договору ООН в Україні виступає офіційним представником глобальної мережі UN Global Compact (Глобальний договір Організації Об'єднаних Націй). Є особливою ініціативою Генерального секретаря ООН і найбільшою в світі асоціацією корпоративно відповідального бізнесу, яка закликає бізнес-структури будувати свою діяльність з урахуванням Цілей сталого розвитку на основі 10-ти принципів в галузі прав людини, праці, навколишнього середовища та боротьби з корупцією. Умовні етапи розвитку КСВ в Україні з 2005 до 2020 років можна систематизувати у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1.
Етапи розвитку КСВ в Україні по роках

Роки	Етапи розвитку КСВ
2005	Проведення форуму «КСВ і Глобальний договір», розробка Меморандуму про соціальну відповідальність бізнесу.
2006	Підписання «Глобального договору» за участю 34-х провідних інноваційних вітчизняних та міжнародних компаній, серед яких були «Кока-Кола Беверіджис Україна ЛТД», СКМ, «Тетра Пак Україна», ТНК-ВР Україна та інші.
2007	Приєднання України до міжнародної групи (за представництва 6-ти груп стейкхолдерів: органів державної влади, бізнесу, споживачів, профспілок, неурядових організацій та дослідницьких інституцій) з розробки нового міжнародного стандарту із соціальної відповідальності ISO 26000, згідно з яким КСВ включає такі складові: захист прав людини, навколишнього природного середовища, безпеку праці, права споживачів, організаційне управління та етику бізнесу.
2008	Заснування експертної організації Центр «Розвиток КСВ». Підготовка та представлення соціальних звітів компаній; звернення уваги на проблемні зміни клімату в рамках проведення кампанії «Go Green» (із залученням 23-х провідних компаній).
2009	Концентрація уваги на екоменеджменті та інших засобах збереження навколишнього середовища; представлення результатів перших досліджень щодо зміни клімату із залученням вищих навчальних закладів (22-х університетів) до впровадження навчальних курсів з КСВ.
2010	Прийняття міжнародного стандарту ISO 26000, який розкриває сутність КСВ та надає бізнес-структурам рекомендації стосовно заходів, практик і принципів КСВ.
2013	Затвердження указом Президента планів щодо розроблення стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу. Над стратегією починає працювати робоча група при Координаційній раді сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні. Виключення 4-х українських компаній із участі у Глобальному договорі з причин їх відмови від звітування про прогрес протягом двох років поспіль.
2014	Прийняття Радою ОЕСР рішення про поглиблення співпраці з Україною та підписання Меморандуму про взаєморозуміння між Урядом України та ОЕСР щодо поглиблення співробітництва. Зародження в Україні духу волонтерства.
2016	Відновлення діяльності робочої групи при Координаційній раді сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні з питань КСВ у статусі ініціативної; кількість зареєстрованих учасників Глобального договору ООН досягла 266-ти.
2019	Прийняття Єврокомісією зеленого курсу. Підписання Президентом України указу «Про цілі сталого розвитку України на період до 2030 р., досягнення яких потребує дотримання бізнес-структурами принципів КСВ. Зародження в Україні понять соціального підприємництва та інклюзивного бізнесу, що базуються на принципах КСВ.
2020	Перегляд Директиви з розкриття нефінансових показників та фокусування уваги бізнес-структур на обов'язковому due diligence (забезпечення належної сумлінності) компаній щодо питань довкілля та прав людини у мережах постачання. Розуміння і дотримання принципів КСВ є одним з ключових показників успішності бізнес-структур.

Джерело: узагальнено авторами

Розвиток процесів глобалізації та європейської інтеграції [22], зростання рівня прозорості кордонів України для іноземного капіталу підкреслюють необхідність запровадження принципів відповідальності КСВ бізнес-структур для стабільного економічного розвитку України та підвищення її людського капіталу.

Деякі компанії в Україні вже успішно перенесли західну практику КСВ і впровадили її у свою діяльність. На основі розгляду наукових поглядів [1-5; 9-11] щодо напрямів КСВ, усі можливі напрями було узагальнено у шість напрямів КСВ, таких як:

1. Екологічні та енергозберігаючі аспекти виробництва (Н1). За останні роки споживче середовище помітно поповнилося продуктами з приставкою «еко». Хоча українські споживачі виявляють поки невисокий інтерес

до питань екології та «зелених продуктів», компанії зараз все активніше інтегрують в свою діяльність аспекти відповідального ставлення до навколишнього середовища. Причому на різних рівнях: від концепції «зеленого офісу» до більш дружнього виробництва, ритейлу «зелених продуктів» і т.д. Зростаючі ціни на газ і електроенергію стали хорошим стимулом для впровадження українським бізнесом енергозберігаючих технологій. «Зелений тариф» і державні програми енергозбереження стимулюють появу нових бізнес-моделей і нових ринків [6].

2. Розвиток віддалених територій (Н2). Може бути реалізований у вигляді підтримки мешканців і розвитку інфраструктури сільських територій шляхом працевлаштування частини населення, на якій здійснюється діяльність підприємств материнської компанії, підтримка підприємництва на селі, допомога й обслуговування присадибних ділянок, спрямування частини доходів (прибутку) на підтримку стану і відновлення раніше зруйнованої інфраструктури території сіл [14, с. 300].

3. Сумлінна ділова практика та налагодження зв'язків (Н3). Добросовісна ділова практика як один із важливих напрямів зовнішньої КСВ має на меті прийняття і поширення високого рівня справедливих ділових відносин та корпоративної культури між постачальниками, бізнес-партнерами і клієнтами компанії. Адже в сучасних умовах господарювання добросовісні партнерські відносини можуть мати важливе значення для підприємства. Важливим є формування гарних та ефективних відносин підприємства із споживачами [12].

4. Людський капітал (освіта, здоров'я, добробут) (Н4). Останнім часом зростає роль окремих бізнес-структур у створенні людського капіталу. Вони часто стають ефективними виробниками цього капіталу, оскільки готують фахівців відповідно до поточних та майбутніх виробничих вимог, а також мають надійну інформацію про майбутні напрямки інвестицій в освіту та навчання. Однак бізнес-структури мають доволі прагматичний підхід: вони інвестують у людський капітал лише за умови отримання економічного прибутку. Моральна вигода, соціально інтегрований ефект цих інвестицій – це переважно суспільні блага, у розвитку яких зацікавлена держава, а не конкретна бізнес-структура, тому в цивілізованому світі держава використовує економічні методи, щоб спонукати бізнес-структури інвестувати в людський капітал.

Вкладаючи гроші у своїх працівників, бізнес-структури збільшують продуктивність праці, знижують витрати на робочу силу та підвищують свою конкурентоспроможність. Кошти можуть бути спрямовані на організацію професійного навчання та перепідготовки, профілактичні заходи щодо поліпшення здоров'я працівників та загалом на поліпшення якості трудового життя. Економічну поведінку бізнес-структур, які інвестують в навчання персоналу, можна визначити шляхом порівняння рентабельності інвестицій у людський капітал до вартості їх реалізації. На рівні бізнес-структур ефект від інвестицій в освіту незначний, з невеликим збільшенням обсягу виробництва, прибутку, продажів або підвищення якості праці для некомерційних підприємств. Складовою інвестування в людський капітал на мікрорівні є вартість професійного навчання, тобто витрати бізнес-структур (табл. 2).

Таблиця 2.
Витрати бізнес-структур на 1 штатного працівника у 2014-2018 роках

Показник	2014 рік		2018 рік		Відхилення 2018 р. до 2014 р., тис.грн
	Сума, грн.	Частка витрат, %	Сума, грн	Частка витрат, %	
Середньомісячні витрати, всього	5297	100	11269	100	5972
в т.ч:					
пряма оплата	3236	61,1	7663	68,7	4427
оплата за невідпрацьований час	307	5,8	696	6,0	389
премії та нерегулярні виплати	185	3,5	548	4,8	363
заробітна плата, пільги, послуги, допомога у натуральній формі	11	0,2	21	0,3	10
оплата житла працівників	-	-	5	0,1	5
соціальне забезпечення працівників	1414	26,7	2052	17,8	638
професійне навчання	5	0,1	14	0,2	9
витрати на культурно-побутове обслуговування	37	0,7	57	0,5	20
інші витрати, податки, що відносяться до витрат на робочу силу	102	1,9	213	2,2	111

Джерело: розроблено авторами за [15; 16]

Аналіз середньомісячних витрат на одного працівника у 2014-2018 рр. показує, що у 2018 р. порівняно з 2014 р. вони зросли більш ніж в два рази (212,7 %), але частка витрат на професійне навчання в цілому дуже мала і у 2018 р. становила 0,2 % проти 0,1 % у 2014 р.

5. Громадські заходи, соціальні ініціативи та благодійність (Н5). До мотивів благодійності, які притаманні бізнес-структурам зазвичай відносять вирішення місцевих проблем задля зняття соціальної напруженості на територіях їх діяльності, поліпшення відносин з місцевою владою та спільнотою, поліпшення іміджу компанії, прояв альтруїзму, співчуття до ближніх, просування продукту (товару або послуги),

забезпечення доступу до ринку або до певних цільових груп, демонстрація корпоративної соціальної відповідальності, обмірковування престижу, виховання лояльності до бізнес-структури, організація корисного дозвілля для співробітників фірми, клієнтів і партнерів, лобювання інтересів компанії [8].

6. Якість продукції та лояльність споживачів (Н6). Якість продукції є одним з ключових факторів, які мають вплив на загальну корпоративну репутацію бізнес-структур. Це надання якісних товарів і послуг, які не є загрозою для здоров'я і життя споживачів; це правдиве інформування про продукцію; наявність процедур відшкодування збитку в разі надання товарів і послуг незадовільної якості та інше [12]. Управління репутацією тісно пов'язане з іншим мотивом КСВ – лояльністю споживачів. Лояльність – сталість вибору продукції – досягається завдяки хорошому іміджу компанії: саме він визначає, що споживач вибере продукцію цієї компанії, а не її конкурента, у якого імідж слабкіше, хоча той випускає продукцію тієї ж якості. В результаті ростуть не тільки продажі, а й силами самих споживачів здійснюється просування товару соціально орієнтованої компанії, що скорочує її витрати на рекламу.

ПАТ «Картель», власник видання «Влада грошей» [18] опублікував рейтинг ТОП-20 кращих українських програм КСВ. До рейтингу потрапили підприємства із різних галузей народного господарства, що займаються різними видами діяльності. Усі підприємства рейтингу було систематизовано авторами за розглянутими шістьма напрямками КСВ (табл. 3).

Таблиця 3.

Напрями соціальної відповідальності підприємств, що увійшли до ТОП-20 кращих українських програм з КСВ

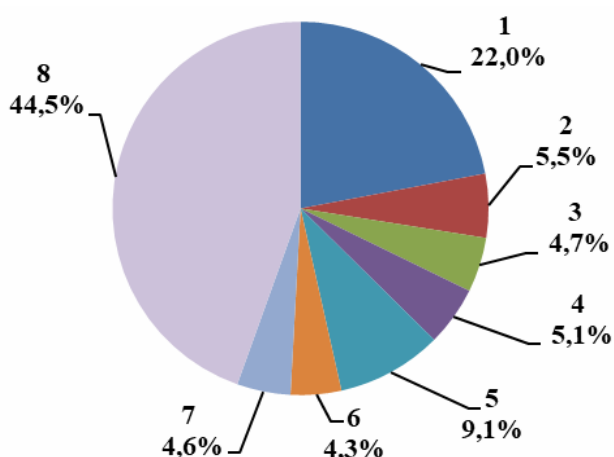
Підприємство	Галузь	Напрями корпоративної соціальної відповідальності					
		Н1	Н2	Н3	Н4	Н5	Н6
1. АСТАРТА-Київ	АПК	+	+	+	+	+	+
2. ТОВ «ВОГ Ритейл»	Реалізація пального та супутніх товарів			+	+	+	+
3. ДТЕК	Енергетика	+	+	+	+	+	+
4. EVA	Торгівля			+	+	+	
5. ЕРАМ	Інформаційні технології	+			+	+	
6. ІДС	Продукти харчування	+	+			+	+
7. Кернел	Сільське господарство		+		+		
8. Київстар	Телекомунікації		+	+	+	+	
9. Креді Агріколь Банк	Банківські послуги	+			+	+	
10. Метінвест	Металургія	+	+		+	+	
11. М.С.Л.	Випуск і реалізація лотерей		+	+	+		
12. Нестле	Продукти харчування			+	+	+	+
13. ОККО	Реалізація пального та супутніх товарів		+	+	+		
14. ПепсіКо	Продукти харчування			+	+	+	+
15. ПУМБ	Фінанси			+	+	+	
16. Сингента	Сільське господарство				+	+	
17. Smart Energy	Енергетика		+			+	
18. Укрлендфармінг	Сільське господарство		+		+	+	
19. Хенкель	Хімічна	+			+	+	
20. Ейвон Косметікс Юкрейн	Косметика		+		+	+	

Джерело: розроблено авторами на основі [1-5; 9-11; 17-18]

Аналізуючи дані табл. 3, можна зауважити, що більшість підприємств реалізовувала принципи КСВ за напрямками підвищення добробуту, освіти, здоров'я громадян та організації відповідних громадських заходів, серед найпопулярніших: Academy ДТЕК (навчання представників державних органів; ІТ-освіта в селах;

підтримка материнства і дитинства лінією магазинів Eva; літні шкільні табори GoCamp від компанії Київстар; «Курс лекцій з трейд-маркетингу» і бізнес-захід для студентів «Business Truth 4 YOUth» від компанії Nestle; проєкт «Благаю, живи! Безпека на дорозі» від ОККО; курс фінансової грамотності «Народний банкір» від ПУМБ; проєкт «Знання без кордонів» від Київстар; соціальний проєкт «Дорога до серця», що підтримується компанією ВОГ разом із благодійним фондом «Твоя опора» з метою фінансування дитячої хірургії серця. Ряд підприємств реалізовували екологічні та енергозберезувальні проєкти: Концепція 3R (Reduce, Reuse, Recycle) і філософія Zero Waste від компанії ЕРАМ; «Моршинська» Голос води» від компанії ІДС; підтримка екологічних проєктів We Care! Від Креді Агріколь Банку; екоуроки для київських шкіл від компанії Хенкель тощо. Наразі актуальними напрямом КСВ є розвиток віддалених територій, наприклад, довгострокові програми розвитку міст від Метінвест або ІТ-освіта в селах від АСТАРТА-Київ. Продуктові компанії (ІДС, Нестле, ПепсиКо) реалізують принципи КСВ на напрямом якості продукції. Чисельні компанії пропонують програми розвитку місцевих громад, без активної участі яких реформи й інвестиції можуть бути неефективними. В розвитку громад важливо працювати у взаємодії влада-бізнес-суспільство та ґрунтуючись на принципі взаємовигідного співробітництва, залучати представників місцевих органів влади та жителів до розробки соціальних програм та оцінки їх результативності, так працює компанія ДТЕК.

Усі підприємства, наведені в рейтингу (табл. 2) за своєю сутністю є інноваційно-активними, тому що їх не страшать нові види діяльності, нові технології, нові технологічні й організаційні процеси, вони є економічно ефективними, охоче розробляють та впроваджують інновації, при цьому дотримуються принципів КСВ, яка реалізується за широкими напрямками [21; 23]. Якщо розглянути структуру інноваційно-активних підприємств за видами економічної діяльності у 2018 році (рис. 1), то можна побачити, що найбільша частка інноваційно-активних підприємств припадає на харчову промисловість (22 %).



де 1) виробництво харчових продуктів, виробництво напоїв, виробництво тютюнових виробів; 2) виробництво хімічних речовин, хімічної продукції; 3) виробництво іншої неметалевої мінеральної продукції; 4) виробництво електричного устаткування; 5) виробництво машин і устаткування, н.в.і.у.; 6) виробництво інших транспортних засобів; 7) виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів; 8) інше.

Рисунок 1. Структура інноваційно-активних підприємств за видами економічної діяльності у 2018 році

Джерело: побудовано авторами за [24]

У вигляді вдалого прикладу інноваційно-активного підприємства сфери харчової промисловості, що активно використовує принципи КСВ можна навести СП ТОВ «Вітмарк-Україна», яке займається виробництвом соків, газових напоїв, фруктових і овочевих пюре. Місією підприємства є: «Турбота про здоров'я людини на різних етапах її життєдіяльності, починаючи з перших місяців життя».

Підприємство має певні цінності:

- а) лідерство – підприємство ставить перед собою амбітні цілі та впевнене в здатності їх досягнення;
- б) інноваційність – підприємство прагне ефективно розробляти й оперативно впроваджувати нові ідеї, технології, підходи та погляди;
- в) розвиток – підприємство заохочує постійне зростання професіоналізму співробітників;
- г) прихильність – підприємство складається з лояльних і відданих підприємству співробітників, які пишаються тим, що в ній працюють;
- д) команда – підприємство є командою, співробітники якої здатні ефективно взаємодіяти для досягнення мети.

СП ТОВ «Вітмарк-Україна» вже близько десяти років впроваджує політику КСВ, для підприємства – це добровільна ініціатива з розробки та впровадження соціально орієнтованих некомерційних заходів, спрямованих на підвищення якості внутрішнього та зовнішнього середовища компанії.

Фокусом цієї політики є те, що бізнес повинен бути соціально орієнтований на своїх стейкхолдерів: працівників, уряд, суспільство, навколишнє середовище та користувачів продуктів. Підприємство вважає, що відповідальність перед споживачами є важливою складовою соціально відповідального бізнесу, особливо такого, що займається інноваційною діяльністю.

ТОВ СП «Вітмарк-Україна» здійснює свою діяльність не лише відповідно до вимог українського законодавства, а й відповідно до вимог міжнародних стандартів. Політика КСВ була розроблена як інструмент для досягнення цілей компанії: з перших місяців бути лідером у наданні якісних та доступних послуг населенню

України на різних етапах життя людини від перших місяців. Підприємство працює відповідно до таких правил: легітимність, ділова етика, охорона навколишнього середовища, захист співробітників, права людини, об'єднання у громади; недискримінація, заробітна плата та робочий час, благодійність.

ТОВ СП «Вітмарк-Україна» має досить високу частку інноваційної функціональної продукції, збагаченої вітамінами та мікроелементами, що сприяє зміцненню здоров'я споживачів; підприємство використовує інноваційне енергоефективне обладнання, яке відповідає принципам «зеленої економіки» та енергозбереження; на підприємстві запроваджені та використовуються принципи КСВ.

Висновки. Отже, розвиток корпоративної соціальної відповідальності відбувається останнім часом доволі стрімко серед бізнес-структур України. Все більше вітчизняних бізнес-структур дістають розуміння того, що вдала реалізація компанією політики корпоративної соціальної відповідальності є синонімом компанії, що успішно розвивається. Більш сприятливе середовище для розвитку корпоративної соціальної відповідальності серед бізнес-структур в Україні можливо створити за умов результативної взаємодії державних органів, представників бізнесу та споживачів.

Література.

1. Bowen H. Social responsibilities of the businessman. N.Y.: Harper & Row, 1953. 276 p.
2. Jamali D. Corporate Social Responsibility in Developing Countries. *International Journal of Management Reviews*. 2018. Vol. 20. P. 32-61.
3. Hartmann M. Corporate social responsibility in the food sector. *European Review of Agricultural Economics*. 2011. Vol. 38, Is. 3. P. 297-324.
4. Porter M.E., Kramer M.R. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*. 2006. № 12. P. 78-92.
5. Антошко Т.Р. Основи впровадження корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах України. *Інноваційна економіка : всеукраїнський науково-практичний журнал*. № 4 (23). 2011. С. 297-305.
6. Воробей В., Данилюк А. Корпоративная социальная ответственность в Украине. URL: <https://sostav.ua/news/2012/04/23/9/48706> (дата звернення: 21.03.2021 р.).
7. Гусева О.Ю., Воскобоева О.В., Хлевицька Т.Б. Соціальна відповідальність бізнесу: навчальний посібник. Київ : Державний університет телекомунікацій, 2020. 222 с.
8. Дейч М.Є. Благодійність як прояв соціальної відповідальності: стан і перспективи розвитку. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2014. №1. С.137-143.
9. Кривоус В. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті формування партнерських взаємовідносин між державою, бізнесом та суспільством. *Журнал європейської економіки*. 2016. № 2, Т. 15. С. 172-182.
10. Філіппова С.В., Сухотеріна М.І. Порівняльна характеристика методик оцінки ефективності системи корпоративної соціальної відповідальності машинобудівного підприємства. *Бізнес Інформ*. 2015. № 3. С. 284-287.
11. Філіппова С.В. Соціальна відповідальність у стратегії управління вітчизняним підприємством: проблемні питання інтегрування механізму. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 2 (30). С. 5-17. URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/5.pdf>. (дата звернення: 21.03.2021 р.).
12. Тарасюк Г.М., Лагута Я.М., Рудковська Н.Г. Зовнішня форма реалізації корпоративної соціальної відповідальності компаній: суть та напрями. *Інфраструктура ринку*. Вип.40. 2020. С.292-297.
13. Єрмак С.О. Теоретико-методологічні засади стратегічного управління інклюзивним розвитком інноваційної діяльності підприємств: [моногр.]. Schweinfurt: Time Realities Scientific Group UG (haftungsbeschränkt), 2019. 445 с.
14. Ніценко В.С. Роль агрохолдингів у розвитку сільських територій. *Формування ринкової економіки*. 2015. № 33. С. 293–302.
15. Витрати на робочу силу за 2014 рік : Стат. збірник. Київ: Державний комітет статистики України, 2015. 65 с.
16. Витрати на робочу силу за 2018 рік : Стат. збірник. Київ: Державний комітет статистики України, 2019. 74 с.
17. Frolova L., Zhadko K., Pyash O., Yermak S., Nosova T. Model for opportunities assessment to increase the enterprise innovation activity. *Business: Theory and Practice*. 2021. Vol. 22(1). P. 1-11.
18. Топ-20 компаній, яким не все одно. Ділова столиця «Dsnews.ua» : веб-сайт. 2019. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/economics/top-20-kompaniy-kotorym-ne-vse-ravno-28062019220000> (дата звернення: 21.03.2021 р.).
19. Зелена книга Європейського Союзу : веб-сайт. URL: http://www.rspenergy.ru/main/static.asp?art_id=1552 (дата звернення: 21.03.2021 р.).
20. A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility : веб-сайт. URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF> (дата звернення: 21.03.2021 р.).
21. Yermak S. Problems of innovative activity development at food industry enterprises of Ukraine. *Journal of Hygienic Engineering and Design*. 2017. № 21. P. 96-102.

22. Vasiutkina N., Boiko O., Bavyko O., Yermak S. The state and ways of Ukrainian food industry development in terms of integration into European economic space. *Journal of Hygienic Engineering and Design*. 2019. №27. P. 69-86.
23. Наторина А.А. Инновационное развитие предприятий Украины. *Наука и современность*. 2015. №40. С. 192-197.
24. Наукова та інноваційна діяльність України 2018 : Статистичний збірник / Відп. за вип. М.С. Кузнецова. Київ.: Державна служба статистики України, 2019. 110 с.

References.

1. Bowen, H. (1953), *Social responsibilities of the businessman*, Harper & Row, New York, USA.
2. Jamali, D. (2018), "Corporate Social Responsibility in Developing Countries", *International Journal of Management Reviews*, vol. 20, pp. 32-61.
3. Hartmann M. (2011), "Corporate social responsibility in the food sector", *European Review of Agricultural Economics*, vol. 38, is. 3, pp. 297-324.
4. Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2006), "Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility", *Harvard Business Review*, no.12, pp. 78-92.
5. Antoshko, T.R. (2011), "Fundamentals of implementation of corporate social responsibility at industrial enterprises of Ukraine", *Innovatsiina ekonomika : vseukrainskyi naukovo-praktychnyi zhurnal*, no.4 (23), pp. 297-305.
6. Vorobey, V. and Danilyuk, A. (2012), "Corporate social responsibility in Ukraine", [Online], available at: <https://sostav.ua/news/2012/04/23/9/48706> (Accessed 21 March 2021).
7. Guseva, O.Y., Voskoboeva, O.V. and Khlevytska, T.B. (2020), *Sotsialna vidpovidalnist biznesu* [Corporate Social Responsibility: a textbook], State University of Telecommunications, Kiev, Ukraine.
8. Deitch, M.E. (2014), "Charity as a manifestation of social responsibility: the state and prospects of development", *Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka*, no.1, pp. 37-143.
9. Krivous, V. (2016), "Corporate social responsibility in the context of forming partnerships between the state, business and society". *Zhurnal yevropeiskoi ekonomiky*, no. 2, is. 15, pp.172-182.
10. Filippova, S.V. and Sukhoterina, M.I. (2015), "Comparative characteristics of methods for assessing the effectiveness of the system of corporate social responsibility of the machine-building enterprise", *Biznes Inform*, no. 3, pp. 284-287.
11. Filippova, S.V. (2017), "Social responsibility in the management strategy of a domestic enterprise: problematic issues of mechanism integration", *Ekonomika: realii chasu*, no. 2 (30), pp. 5-17, [Online], available at: <https://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/5.pdf>. (Accessed 21 March 2021).
12. Tarasyuk, G.M., Laguta, Y.M. and Rudkovskaya, N.G. (2020), "External form of realization of corporate social responsibility of companies: essence and directions", *Ekonomika: realii chasu*, vol. 40, pp. 292-297.
13. Yermak, S.O. (2019), *Theoretical and methodological basis of strategic management of inclusive development of enterprises innovative activity*: [monograph], Time Realities Scientific Group UG (haftungsbeschränkt), Schweinfurt, Germany.
14. Nitsenko, V.S. (2015), "The role of agricultural holdings in the development of rural areas", *Formuvannia rynkovoї ekonomiky*, no. 33, pp. 293–302.
15. State Statistics Service of Ukraine (2015), "Vytraty na robochu sylu za 2014 rik : Statystychnyi zbirnyk" [Labor costs for 2014: Stat. bulletin], State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv, Ukraine.
16. State Statistics Service of Ukraine (2019), "Vytraty na robochu sylu za 2014 rik : Statystychnyi zbirnyk" [Labor Kyiv costs for 2018: Stat. bulletin], State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv, Ukraine.
17. Frolova, L., Zhadko, K., Iyash, O., Yermak, S., & Nosova, T. (2021), "Model for opportunities assessment to increase the enterprise innovation activity", *Business: Theory and Practice*, vol. 22(1), pp. 1-11.
18. "Top 20 companies that do not care" (2019), *Dilova stolytsia "Dsnews.ua"*, [Online], available at: <https://www.dsnews.ua/ukr/economics/top-20-kompaniy-kotorym-ne-vse-ravno-28062019220000> (Accessed 21 March 2021).
19. "Green Paper of the European Union", available at: http://www.rspenergy.ru/main/static.asp?art_id=1552 (Accessed 21 March 2021).
20. "A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility", available at: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF> (Accessed 21 March 2021).
21. Yermak, S. (2017), "Problems of innovative activity development at food industry enterprises of Ukraine", *Journal of Hygienic Engineering and Design*, no. 21, pp. 96-102.
22. Vasiutkina N., Boiko O., Bavyko O. and Yermak S. (2019), "The state and ways of Ukrainian food industry development in terms of integration into European economic space", *Journal of Hygienic Engineering and Design*, no. 27, pp. 69-86.
23. Natorina, A.A. (2015), "Innovative development of Ukrainian enterprises", *Nauka i sovremennost*, no. 40, pp.192-197.
24. State Statistics Service of Ukraine (2019), "Naukova ta innovatsijna diial'nist' v Ukraini 2018: Statystychnyj zbirnyk" [Research and innovation activity in Ukraine 2018. Statistical yearbook], State Statistics Service of Ukraine, Kyiv, Ukraine.