УДК 334.711

JEL Classification: A13, I38

Попадюк Олена Василівна
к.е.н., асистент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Чернівецького національного університету ім.Ю.Федькова
https://orcid.org/0000-0002-6797-8404

Кравчук Ірина Петрівна
к.е.н., асистент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Чернівецького національного університету ім.Ю.Федькова
http://orcid.org/0000-0003-0708-3227

Стратегічні орієнтири розвитку складових системи соціальної відповідальності бізнесу на підприємствах харчової промисловості

Анотація

Актуальність теми. Актуальність дослідження соціально відповідального господарювання українських підприємств посилюється тією обставиною, що вітчизняне господарське середовище не пройшло у своєму історичному розвитку необхідних етапів, які у західному суспільстві призвели до усвідомлення важливості філософії соціальної відповідальності. Все більш очевидним є факт, що репутація вітчизняних підприємств харчової промисловості все більше залежить не тільки від їхньої прибутковості, вартості акцій, якості продукції, але й від їхньої активності у сфері соціальної відповідальності. Проте, різні підходи до розуміння соціальної відповідальності, неузгодженість дій і відсутність механізмів цілеспрямованого управління обумовлюють нестійку платформу для подальшої імплементації принципів соціальної відповідальності у загальну стратегію підприємства. **Метою статті** є дослідження стратегічних орієнтирів розвитку складових системи соціальної відповідальності бізнесу на підприємствах харчової промисловості.

Методологія. Теоретико-методичне підґрунтя наукової роботи складають загальнонаукові принципи, методи, положення, висвітлені в роботах науковців, які займаються вирішенням проблем корпоративної соціальної відповідальності.

Результати. Згідно з результатами комплексних досліджень соціальна відповідальність все ще не стала частиною організаційного управління в компаніях, оскільки тільки в половини компаній, з числа тих, які реалізують політику корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) є стратегія (політика) соціальної відповідальності, а лише чверть компаній має бюджет на виконання програм / заходів із соціальної відповідальності, а в більшості компаній пошуком ідей для програм з КСВ та розробкою планів їх реалізації займається керівництво. При цьому головним стимулом реалізації політики КСВ є моральні міркування, а головними перешкодами для впровадження політики КСВ представники компаній називають брак коштів, нестабільну політичну ситуацію в країні, недосконаліть нормативно-правової бази, яка б сприяла цій діяльності, та податковий тиск. Наукова новизна полягає в удосконаленні теоретико-методичних положень щодо забезпечення стратегічного розвитку підприємств харчової промисловості на засадах соціальної відповідальності. В статті визначені основні тенденції, на які слід орієнтуватись українським підприємствам

у сфері корпоративної соціальної відповідальності з огляду на процеси євроінтеграції.

Практичне значення отриманих результатів полягає в доведені до рівня методичних і практичних рекомендацій, які дозволяють підвищити ефективність діяльності вітчизняних підприємств в контексті забезпечення сталого розвитку. Практичні розробки мають універсальний характер і можуть бути застосовані в інших сферах бізнесу.

Перспективи подальших досліджень. Дана тематика має перспективу дослідження з напрямку удосконалення методичного забезпечення оцінки системи соціальної відповідальності підприємств харчової промисловості.

Ключові слова: соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, євроінтеграційні процеси, стратегічні орієнтири, харчова промисловість.

Кількість джерел – 14, кількість таблиць – 1.

Popadyuk Olena Vasylivna
Candidate of Economic Sciences, Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Stock Exchange Activities
Yuri Fedkovych Chernivtsi National University
Kravchuk Iryna Petrivna
Candidate of Economic Sciences, Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Stock Exchange Activities
Yuri Fedkovych Chernivtsi National University

Strategic guidelines for the development of components of the business social responsibility system at the enterprises of the food industry

Summary

Actuality of theme. Relevance of research of socially responsible economic activity of Ukrainian enterprises is exacerbated by the fact that the domestic economic environment has not passed in its historical development the necessary stages, which in Western society have led to an awareness of the importance of the philosophy of social responsibility. More and more obvious is the fact that the reputation of domestic food industry enterprises is increasingly dependent not only on their profitability, share value, product quality, but also on their activity in the field of social responsibility. However, different approaches to the understanding of social responsibility, inconsistency of actions, and lack of purposeful governance mechanisms provide an unstable platform for further implementation of social responsibility principles in the overall strategy of an enterprise. ***The purpose*** of the article is research of strategic directions of development of components of the system of social responsibility of business at the enterprises of the food industry.

Methodology. The theoretical and methodological basis of scientific work are general scientific principles, methods, provisions, highlighted in the works of scientists involved in solving problems of corporate social responsibility

Results. According to the results of comprehensive research, social responsibility has not yet become a part of organizational management in companies, since only half of the companies implementing corporate social responsibility (CSR) policy have a social responsibility strategy (policy), and only a quarter of companies have a budget for implementation of social responsibility programs / activities, and at most companies the search for ideas for CSR programs and development of plans for their implementation is performed by management. At the same time, the main impetus for the implementation of CSR policy is moral considerations, and as the main obstacles to the implementation of CSR policy company representatives name the lack of funds, unstable political situation in the country, imperfection of the legal framework that would contribute to this activity, and tax pressure. Scientific

novelty is in the improvement of the theoretical and methodological provisions for ensuring the strategic development of food industry enterprises on the basis of social responsibility. The article identifies the main trends that Ukrainian enterprises should focus on in the area of corporate social responsibility in view of the European integration processes.

Practical valueof the obtained results is inbringing to the level of methodological and practical recommendations that allow to increase the efficiency of the activity of domestic enterprises in the context of ensuring the sustainable development.

Prospects for further research. Practical developments are of universal character and can be applied in other areas of business. This topic has the prospect of research in the field of improvement of methodological support for the assessment of the social responsibility system of the enterprises of the food industry.

Keywords: social responsibility, corporate social responsibility, European integration processes, strategic orientations, food industry.

Number of sources – 14, number of tables – 1.

Постановка проблеми. Соціальна відповідальність є важливою складовою сталого функціонування підприємств та виступає одним із стратегічних пріоритетів їх розвитку на довгострокову перспективу. Дослідження стратегічного забезпечення КСВ підприємств харчової промисловості показало, що фактично мала кількість крупних підприємств в цій галузі (більшість з іноземним капіталом) досягли успіху та прогресу у сфері сталого розвитку та в подальшому готові демонструвати прозорість діяльності. Проте для більшості підприємств галузі соціальна відповідальність носить ситуаційний, разовий або короткостроковий характер в контексті взаємодії зі стейкхолдерами зовнішнього середовища, або має чітко виражений характер фокусування на окремих складових внутрішньої складової КСВ. Залишаються недослідженими ключові форми КСВ, які обов'язково потрібно доповнювати перспективними формами. Необхідність впровадження парадигми соціальної відповідальність в діяльність вітчизняних бізнес-структур задля стійкого розвитку та виходу із соціально-економічної кризи може стати ключовим моментом у розвитку складових системи соціальної відповідальності бізнесу на підприємствах харчової промисловості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням теоретичних засад і прикладних рекомендацій стосовно забезпечення стратегічного

розвитку підприємства на засадах соціальної відповідальності займались такі вітчизняні автори, як Д. Баюр [1], М. Колеснік [2], Я. Панухник [3], методологічні та функціональні аспекти соціальної відповідальності бізнесу розглянуто у працях О. Березіної [4], О. Грішнової [5], А.Г. Зінченко [6], та інших. Проте подальших досліджень потребують питання розвитку складових системи соціальної відповідальності бізнесу на підприємствах харчової промисловості.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження стратегічних орієнтирів розвитку складових системи соціальної відповідальності бізнесу на підприємствах харчової промисловості. А також, визначення ключових й перспективних напрямків КСВ харчових підприємств.

Виклад основного матеріалу. Згідно з результатами комплексних досліджень Центру КСВ у Україні «Розвиток КСВ в Україні» та Київського інституту міжнародної соціології, що проводились у 2005 році, 2010 році та у 2018 році соціальна відповідальність все ще не стала частиною організаційного управління в компаніях, оскільки тільки в половини компаній, з числа тих, які реалізують політику КСВ (а таких 83% з 400 опитаних підприємств Єдиного державного реєстру юридичних осіб та громадських організацій), є стратегія (політика) соціальної відповідальності, а лише чверть компаній має бюджет на виконання програм / заходів із соціальної відповідальності, а в більшості компаній пошуком ідей для програм з КСВ та розробкою планів їх реалізації займається керівництво [6, с. 5]. При цьому головним стимулом реалізації політики КСВ є моральні міркування, а головними перешкодами для впровадження політики КСВ представники компаній називають брак коштів, нестабільну політичну ситуацію в країні, недосконалість нормативно-правової бази, яка б сприяла цій діяльності, та податковий тиск. На думку представників бізнесу в Україні, політика КСВ має бути спрямована на три ключові аспекти:

розвиток і поліпшення умов персоналу, інвестиції в розвиток регіону та захист і підтримку споживачів [6, с. 6].

У 2018 році у продовження загальноєвропейської ініціативи (Європейський Пакт заради молоді, 2015 р. – документ, що має на меті побороти проблеми безробіття європейської молоді) 100 українських роботодавців, серед яких низка підприємств харчової промисловості (Нестлє, Нібулон та інші) підписали «Пакт заради молоді – 2020» [7]. Мета Пакту звучить так: «Бізнес-спільнота та освітній сектор мають спільно відігравати активну роль у вирішенні проблеми освіти і працевлаштування молодих людей в Україні». Цілями такої співпраці є: сприяти розвитку як мінімум 700 партнерств між бізнесом та освітнім сектором, забезпечити 50000 місць для стажування та першої роботи молоді, створити умови для забезпечення 1000 молодих людей менторською підтримкою з питань побудови кар'єри.

Євроінтеграційні процеси відкривають багато можливостей для розвитку, але в умовах сталого розвитку накладають і багато зобов'язань, до яких вітчизняні підприємства повинні поступово пристосовуватись. Для харчової промисловості це система сертифікації харчових продуктів. Зокрема, в ЄС немає вимог щодо складу продукції, проте є низка заборонених інгредієнтів, а вироблені товари повинні відповідати технічним регламентам, які встановлюють вимоги до безпеки, на відміну від колишньої системи сертифікації в Україні. Принциповою відмінністю відповідності (як способу підтвердження якості товарів або послуг) від сертифікації є те, що при декларуванні відповідності виробник або уповноважена ним особа (а не орган сертифікації) під свою повну відповідальність документально засвідчує, що продукція відповідає встановленим законодавством вимогам (технічним регламентам). За таких умов відповідальність повністю покладається на виробника, а контролює якість продукції її споживач. Ця процедура поступово гармонізується. В системі регулювання безпеки в ЄС ключовими документами Кодекс Аліментаріус (Codex Alimentarius) [8], Регламент ЄС № 178/2002 (загальний харчовий закон) [9] та Розпорядження

ЄС № 882/2004 [10]. В Україні на законодавчому рівні прийнято Закон «Про технічні регламенти і оцінку відповідності» [11]. Процедура відповідності регулюється Постановою Кабміну «Про затвердження модулів оцінки відповідності, які використовуються для розроблення процедур оцінки відповідності, та правил використання модулів оцінки відповідності» [12]. В умовах виходу на європейські ринки та членства в СОТ українські виробники продуктів харчування повинні чітко усвідомлювати пріоритетність використання міжнародних стандартів шляхом переходу від добровільного їх використання до обов'язкового. Це дозволить забезпечити дію основного принципу взаємовідносин зі споживачем - контролю вимог щодо безпечності харчової продукції.

Дослідження показало, що в межах поточної економічної моделі лінійного виробництва та споживання лише невелика частина відходів промисловості використовується повторно, переробляється або продається як вторинні матеріали. Переважна ж більшість, включаючи цінні і обмежені ресурси, вивозиться на звалища, або ж спалюється. В умовах обмеженості природніх ресурсів для вітчизняних виробників актуальним є перехід до моделі циркулярної (кругової економіки), що, відповідно до Глобальних цілей сталого розвитку, Стратегії «Європа 2020», «Плану дій ЄС для циркулярної економіки», затвердженого у грудні 2015 року [13], вже здійснюється європейськими підприємствами. Зокрема, Плану дій ЄС для циркулярної економіки спрямований на формування «закритого циклу» життєвого циклу продукту, що дозволяє зберігати продукти та матеріали в ланцюгу постачання (ланцюгу вартості) протягом більш тривалого періоду часу та відновлювати сировину протягом терміну експлуатації продуктів для подальшого використання. Перевагами впровадження циркулярної економіки є прогнозоване зменшення викидів діоксиду вуглецю до 2030 вдвічі, скорочення споживання палива на 32% до 2030 року, збереження цінних ресурсів за рахунок їх повторного використання у виробництвах інших галузей, стимулювання інновацій та створення робочих місць.

Дослідження показало, що однією з причин низького ступеня інноваційності підприємств харчової промисловості є недостатність фінансових ресурсів підприємств, які здійснюють інноваційну діяльність в основному за рахунок власних коштів. Для вирішення цієї проблеми, а також інших проблем соціального і екологічного розвитку харчової промисловості, що потребують значних фінансових вливань пропонуємо посилити співпрацю з урядовими та неурядовими структурами на засадах державно-приватного партнерства (ДПП), яке за своєю природою є проявом соціальної відповідальності. В цілому використання партнерства держави та приватного бізнесу на засадах соціальної відповідальності сприятиме укріпленню взаємовідносин «наука – виробництво - держава», що в свою чергу є запорукою економічного зростання галузі. Крім того, використання ДПП дозволить посилити екологічну складову розвитку підприємств харчової промисловості в контексті використання проектів в межах стратегії «Зеленого зростання» (Green Growth Strategy), яка була започаткована ОЕСР у 2011 році [14]. На сьогоднішній день, «зелене зростання» передбачає забезпечення економічного зростання та розвитку таким чином, щоб природні багатства продовжували забезпечувати ресурси та послуги довкілля, на яких базується добробут, що відповідає цілям сталого розвитку [15].

Слід зазначити, що ДПП пом’якшує пов’язані бізнес-ризики, оскільки воно просуває спільні заходи з розвитку, які задовольняють як державний, так і приватний сектори. Використання державно-приватного партнерства, зрештою, поліпшить умови ведення виробничої діяльності харчових підприємств, дозволить вітчизняним підприємствам наростити власний потенціал, підвищити рівень інноваційності, забезпечити конкурентоспроможність і збільшити присутність на ринках країн, що розвиваються.

В системі управління КСВ європейських компаній важливе місце належить побудові ефективних комунікацій зі стейкхолдерами, відслідкувати

які допомагає нефінансова звітність, яка також засвідчує рівень прозорості діяльності підприємства. На жаль, для України підготовка та оприлюднення такої звітності не набуло належного поширення. У 2019 році лише 20 зі 100 найбільших українських підприємств підготували і розмістили на корпоративних сайтах нефінансові звіти (рис. 1).

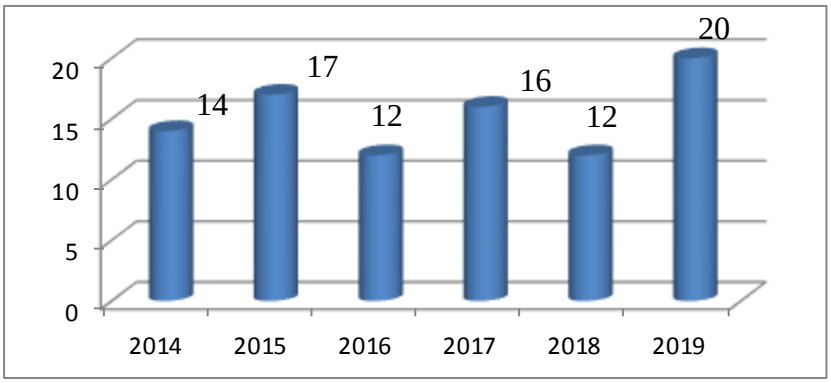

Рис. 1. Кількість підприємств-найбільших платників податків України, що оприлюднили звіт з КСВ на своїх сайтах протягом 2014-2019 рр. (од.)

Джерело: [16, с. 16-17]

Дослідження показують зростання кількості підприємств, які приділяють увагу стратегічному забезпеченню КСВ. Зокрема, в бізнес-профілі та корпоративні стратегії враховано принципи КСВ у 87% підприємств у 2017 році та 97% - у 2018 році; управління з урахуванням КСВ здійснювали 50% підприємств у 2017 році та 69% у 2018 році. Проте стратегічне забезпечення КСВ більшості підприємств носить декларативний характер: тільки 31 з топ-100 оприлюднили напрями з КСВ, з них у 2019 році тільки у 20 підприємств було чітко визначено КСВ-стратегія або КСВ-цілі.

Таблиця 1

Інформація щодо стратегічного забезпечення КСВ на сайтах топ-100 підприємств України у 2018-2019 рр.

Питання	Максимальна кількість балів	Середній бал компаній – учасниць оцінювання	Кількість компаній, які розмістили відповідну інформацію	
			2018 р.	2019 р.
Компанії розмістили інформацію про місію та цінності компанії на сайтах	3	1,5	20	24
Компанії розмістили на	2	0,87	29	33

сайтах кодекси етики				
Компаній розмістили на сайтах власні стратегії розвитку (здебільшого – компанії державної форми власності)	2	0,17	10	26
Компаній розмістило інформацію про КСВ-стратегії або КСВ-цілі	4	0,48	14	20

Джерело: складено автором з використанням [17, с. 5-6; 16, с. 20]

Свої зобов'язання та результати щодо цілей сталого розвитку висвітлило всього 5 підприємств. Рівень розкриття інформації по цих позиціях коливається від 5% до 50%. Дослідження показало, що найрідше підприємства розміщують інформацію щодо управління КСВ, відповідального маркетингу та впровадження КСВ в ланцюги постачання. Лише 7 звітів підприємств підготовлено згідно із стандартами GRI (повністю, або з елементами GRI 4.0), проте висвітлюються не всі необхідні показники.

Спостереження показало, що фактично лише 11 крупних підприємств харчової промисловості (більшість з іноземним капіталом) демонструють певні успіхи та прогрес у сфері сталого розвитку та в подальшому готові демонструвати прозорість діяльності, більше того для 5 з цих підприємств КСВ стала невід'ємною частиною стратегічного розвитку на всіх рівнях управління.

Таблиця 2

Дані щодо наявності інформації та звітів з КСВ найкрупніших підприємств харчової промисловості

Компанія	сайт	Інфрмація про КСВ на сайті	Нефінансова звітність на сайті
ТОВ «Нібулон»	+	+	+
ТзОВ «Ґудвеллі Україна»	+	+	-
ФГ «Органік Сістемз»	+	+	-
ПАТ «Карлсберг Україна»	+	+	+
ПАТ «Миронівський Хлібопродукт»	+	+	+
ТОВ «Агро-Регіон Україна»	+	обмежується гаслами	-
ПАТ «Оболонь»	+	+	+
ТОВ «Кернел-трейд» (Кернел)	+	+	+
ТОВ «Нестле Україна»	+	+	+

ПрАТ «Монделіс Україна»	+	+	+

Джерело: складено автором

Діяльність цих підприємств у сфері КСВ дозволяє прослідкувати чітко їх місію, цінності, стратегію, цілі та завдання, пріоритети у забезпеченні внеску у сталий розвиток суспільства.

Слід зазначити, що країни ЄС у 2017 році почали виконувати положення Директив 2013/34/ЄС та 2014/95/ЄС, які зобов'яжуть великі компанії з персоналом понад 500 осіб (злиття та поглинання) надавати нефінансові звіти, розкриваючи екологічні, соціальні та управлінські ризики. Особливістю цих Директив є необхідність звітувати не тільки щодо внутрішніх ризиків, а й загроз, які є в стосунках з постачальниками та субпідрядниками. Отже, навіть компанії з країн, що не входять до ЄС, але постачають туди свою продукцію, будуть змушені приділяти увагу, наприклад, обсягам викидів парникових газів, соціальним проблемам, проблемам менеджменту компанії.

Основні тенденції, на які слід орієнтуватись українським підприємствам харчової промисловості у сфері КСВ з огляду на процеси євроінтеграції:

1) кругова економіка (циркулярна економіка, економіка замкненого циклу), модель економічної діяльності заснована на відновленні та раціональному споживанні ресурсів, яка поступово замінює класичну лінійну модель виробництва, концентруючись на продуктах і послугах, які мінімізують відходи та інші види забруднень;

2) більше інвестицій у споживачів та працівників підприємства – сучасні дослідження показують, що більшість останніх свідомо надають перевагу продукції тих підприємств, які інвестують у соціальну та екологічну відповідальність;

3) прозорість діяльності та постійний моніторинг КСВ з огляду на дотримання інтересів ключових стейкхолдерів – формування системи нефінансової звітності з чіткою прив'язкою до стандартів, дат формування та

оприлюднення. Статистика нефінансової звітності підприємств показує, що сьогодні більшість великих компаній прагнуть звітувати про свої екологічні та соціальні наслідки та постійно підвищувати їхню ефективність, оскільки це в свій час дозволило їм підвищити свій імідж і підтримувати ділову репутацію серед зацікавлених сторін;

4) стабільність (сталий розвиток) – основна складова торговельної марки (бренду) компанії – КСВ повинна стати невід'ємною частиною як корпоративної стратегії підприємства, так і її функціональних складових, прив'язка КСВ до місії та цінностей підприємства;

5) тісна співпраця з урядовими та неурядовими структурами у вирішенні соціальних та екологічних проблем - підприємства, які використовують КСВ в контексті стратегічного пріоритету, прагнуть до співпраці з урядовими та неурядовими організаціями, щоб створювати цінність для суспільства та, у свою чергу, для розвитку власних ділових можливостей, що сприяють збільшенню вартості бізнесу на довгострокову перспективу.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Отже, підбиваючи підсумок слід зазначити, що виявлені проблеми впровадження КСВ в практику господарювання підприємств харчової промисловості з огляду на їхнє подальше функціонування в умовах Асоціації з ЄС дозволили обґрунтувати стратегічні пріоритети розвитку складових системи соціальної відповідальності бізнесу, ключовими з яких є прихильність підприємств до стійкого розвитку, системний характер КСВ, вихід за межі внутрішнього середовища КСВ з метою вирішення проблем регіонального, національного та глобального характеру, управління ланцюгами постачання на засадах КСВ на кожному етапі їх формування за принципами циркулярної економіки, впровадження КСВ в стратегію розвитку підприємства на корпоративному, конкурентному та функціональному рівнях, прозорість діяльності та постійний моніторинг КСВ з огляду на дотримання інтересів ключових стейкхолдерів, посилення

співпраці з урядовими та неурядовими структурами на засадах державно-приватного партнерства у вирішенні соціальних та екологічних проблем, орієнтованість на європейські та світові стандарти у сфері КСВ на основі поступового переходу від добровільних до обов'язкових засад. Запровадження розділу «Соціальна відповідальність» буде означати запровадження ряду нових стандартів, що загалом посилюють відповідальність роботодавців. Водночас, дотримання цих стандартів та впровадження сучасних моделей корпоративної соціальної відповідальності дозволить підвищити імідж вітчизняних компаній на міжнародному ринку та полегшити просування їх продукції на ринок, зокрема, ЄС.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління. Україна: аспекти праці. 2009. № 1. С. 21–25.
2. Колеснік М.В. Методологічні аспекти управління корпоративною соціальною відповідальністю: фінанси, маркетинг та smart-інституціоналізація. Проблеми системного підходу в економіці. 2017. № 6(62). С. 150–156
3. Панухник Я.Г. Соціальна відповідальна діяльність як інструмент модернізації технологій управління підприємством у муніципальній економічній системі. Інноваційна економіка. 2016. № 3–4. С. 60–65.
4. Березіна О. Функціональний аспект соціальної відповідальності корпорацій. URL: http://intkonf.org/ berezina-oyu-funktsionalniy-aspekt-sotsialnoyividpovidalnosti-korporatsiy (дата звернення: 1.10.2020).
5. Грішнова О. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні. Україна: аспекти праці. 2010. № 7. С. 3–8.
6. Зінченко А.Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005–2010: стан та перспективи розвитку. Київ: Фарбований лист. 2010. 56 с.
7. Пакт заради молоді – 2020. URL: http://careerhub.in.ua/wp-content/uploads/2018/09/buklet-Pakt-2020-5.pdf(Accessed 27 Sep 2020) (in Ukr.) (дата звернення 01.10.2020)
8. Trade and Food Standards. Food and Agriculture Organization of the United Nations and the World Trade 2017. URL: http://www.fao.org/3/i7407en/I7407EN.pdf(Accessed 27 Sep 2020) (in Eng.) (дата звернення 01.10.2020)

9. Регламент ЄС № 178/2002. URL: http://www.fsvps.ru/fsvps-docs/ru/usefulinf/files/es178-2002.pdf(Accessed 27 Aug 2020) (in Ukr.) (дата звернення 01.10.2020)

10. Розпорядження ЄС № 882/2004. URL: http://www.fsvps.ru/fsvps-docs/ru/usefulinf/files/es882-2004.pdf(Accessed 27 Aug 2020) (in Ukr.) (дата звернення 01.10.2020)

11. Закон України «Про технічні регламенти і оцінку відповідності» № 124-VIII від 15.01.2015р. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-19(Accessed 27 Aug 2020) (in Ukr.) (дата звернення 01.10.2020)

12. Про затвердження модулів оцінки відповідності, які використовуються для розроблення процедур оцінки відповідності, та правил використання модулів оцінки відповідності. Постанова Кабміну №95 від 13.01.2016. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/95-2016-%D0%BF/print1476185744532227(Accessed 27 Aug 2020) (in Ukr.) (дата звернення 01.10.2020)

13. An EU action plan for the Circular Economy. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52015DC0614(Accessed 27 Aug 2020) (in Eng.) (дата звернення 01.10.2020)

14. Girouard N. The Green Growth Strategy: Reshaping the OECD's Work Agenda for the Years to Come. URL: http://www.greeneconomycoalition.org/know-how/green-growth-strategy-reshaping-oecd%E2%80%99s-work-agenda-years-come (Accessed 20 Jan 2020) (in Eng.) (дата звернення 01.10.2020)

15. OECD. Strategic public/private partnerships in science, technology and innovation - Final report. Working Party on Innovation and Technology Policy, 16-17 December 2014. Paris. 2014. 58 p.

16. Зінченко А., Резнік Н.. Індекс прозорості сайтів українських компаній – 2017. К.: Видавництво «Юстон». 2018. 28 с.

17. Індекс прозорості сайтів українських компаній 2019. Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». URL: https://sostav.ua/publication/ndeks-prozorost-sajt-v-ukra-nskikh-kompan-j-2019-86588.html (Accessed 27 Aug 2020) (in Ukr.) (дата звернення 01.10.2020)

REFERENCES

1. Bayura, D. (2009) Korporatyvna social'na vidpovidal'nist' u systemi korporatyvnogo upravlinnja [Corporate social responsibility in the corporative management system]. Ukraina: aspekty pratsi, vol. 1, pp. 21–25.

2. Kolesnik, M. (2017) Metodologichni aspekty upravlinnja korporatyvnoju sotsial'noju vidpovidal'nistju: finansy, marketing ta smart-instytucializacija [Methodological Aspects of Corporate Social Responsibility Management: Finance, Marketing and Smart-Institutionalization]. Problemy systemnogo pidhodu v ekonomitsi, vol. 6 (62), pp. 150–156.

3. Panukhnyk, Ja. (2016) Social'no vidpovidal'na dijal'nist' jak instrument modernizaciji tekhnilogiji upravlinnja pidpryjemstvom u municypal'nij ekonomichnij systemi [Social Responsibility as a Tool for Modernization of Enterprise Management Technologies in the Municipal Economic System]. Innovatsijna ekonomika, vol. 3–4, pp. 60–65.

4. Berezina, O. (2013) Funktsional'nyj aspect social'noi vidpovidal'nosti korporaciji [Functional aspect of corporate social responsibility], available at: http://intkonf.org/berezina-oyu-funktsionalniy-aspekt-sotsialnoyi-vidpovidalnosti-korporatsiy (accessed 1 Oct 2020).

5. Grishnova, O. (2010) Social'na vidpovidal'nist' biznesu: sutnist', znachennya, strategichni naprjamy rozvytku v Ukrajini [Social responsibility of business: essence, meaning, strategic directions of development in Ukraine]. Ukraina: aspekty pratsi, vol. 7, pp. 3–8.

6. Zinchenko A.H. Korporatyvna sotsial′na vidpovidal′nist′ 2005–2010: stan ta perspektyvy rozvytku. Kyyiv: Farbovanyy lyst. 2010. 56 s.

7. Pakt zarady molodi – 2020. URL: http://careerhub.in.ua/wp-content/uploads/2018/09/buklet-Pakt-2020-5.pdf(Accessed 27 Sep 2020) (in Ukr.) (access date: 1 Oct. 2020).

8. Trade and Food Standards. Food and Agriculture Organization of the United Nations and the World Trade 2017. URL: http://www.fao.org/3/i7407en/I7407EN.pdf(Accessed 27 Sep 2020) (in Eng.) (access date: 1 Oct. 2020)

9. Rehlament YES № 178/2002. URL: http://www.fsvps.ru/fsvps-docs/ru/usefulinf/files/es178-2002.pdf(Accessed 27 Aug 2020) (in Ukr.) (access date: 1 Oct. 2020)

10. Rozporyadzhennya YES № 882/2004. URL: http://www.fsvps.ru/fsvps-docs/ru/usefulinf/files/es882-2004.pdf(Accessed 27 Aug 2020) (in Ukr.) (access date: 1 Oct. 2020)

11. Zakon Ukrayiny «Pro tekhnichni rehlamenty i otsinku vidpovidnosti» № 124-VIII vid 15.01.2015r. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-19(Accessed 27 Aug 2020) (in Ukr.) (access date: 1 Oct. 2020)

12. Pro zatverdzhennya moduliv otsinky vidpovidnosti, yaki vykorystovuyut′sya dlya rozroblennya protsedur otsinky vidpovidnosti, ta pravyl vykorystannya moduliv otsinky vidpovidnosti. Postanova Kabminu №95 vid 13.01.2016. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/95-2016-%D0%BF/print1476185744532227(Accessed 27 Aug 2020) (in Ukr.) (access date: 1 Oct. 2020)

13. An EU action plan for the Circular Economy. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52015DC0614(Accessed 27 Aug 2020) (in Eng.) (access date: 1 Oct. 2020)

14. Girouard N. The Green Growth Strategy: Reshaping the OECD″s Work Agenda for the Years to Come. URL: http://www.greeneconomycoalition.org/know-how/green-growth-strategy-reshaping-oecd%E2%80%99s-work-agenda-years-come (Accessed 20 Jan 2020) (in Eng.) (access date: 1 Oct. 2020)

15. OECD. Strategic public/private partnerships in science, technology and innovation - Final report. Working Party on Innovation and Technology Policy, 16-17 December 2014. Paris. 2014. 58 p.

16. Zinchenko A., Reznik N.. Indeks prozorosti saytiv ukrayins′kykh kompaniy – 2017. K.: Vydavnytstvo «Yuston». 2018. 28 s.

17. Indeks prozorosti saytiv ukrayins′kykh kompaniy 2019. Tsentr «Rozvytok korporatyvnoyi sotsial′noyi vidpovidal′nosti». URL: https://sostav.ua/publication/ndeks-prozorost-sajt-v-ukra-nskikh-kompan-j-2019-86588.html (Accessed 27 Aug 2020) (in Ukr.) (access date: 1 Oct. 2020)