

Ярослав Ярославович ПУШАК

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки та економічної безпеки,
Львівський державний університет внутрішніх справ
E-mail: yaro_push@yahoo.com

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Пушак, Я. Я. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті стійкого розвитку підприємств харчової промисловості [Текст] / Ярослав Ярославович Пушак // Український журнал прикладної економіки. – 2018. – Том 3. – № 2. – С. 134–144. – ISSN 2415-8453.

Анотація.

Вступ. Корпоративна соціальна відповідальність уособлює одну з ключових компонент стратегії розвитку сучасного вітчизняного підприємства. В цьому контексті охорона навколишнього середовища, безпека персоналу підприємств, сприяння росту економічної стійкості регіонів їх присутності, реалізація соціальних проектів є пріоритетними напрямками розвитку суб'єктів господарювання. Завдяки високому рівню розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) підприємства набувають цілого ряду переваг та займають важливе місце в житті суспільства. З метою забезпечення сталого розвитку, провідні підприємства орієнтуються на сучасний досвід і міжнародні стандарти, а також здійснюють свій внесок в досягнення цілей сталого розвитку, прийнятих Генеральною Асамблеєю ООН у 2015 році.

Метою статті є дослідження ефективного впровадження та використання принципів КСВ бізнесу в контексті стійкого розвитку підприємств та основних сучасних тенденцій її розвитку.

Результати. Розглянуто чинники, що зумовлюють необхідність розвитку соціальної корпоративної відповідальності підприємств харчової промисловості. Досліджено актуальні показники розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) підприємств, міжнародні стандарти та ініціативи в сфері КСВ. Проаналізовано досвід провідних компаній світу в реалізації стратегії КСВ на основі міжнародних рейтингових оцінок та їх вплив на розвиток КСВ підприємств харчової промисловості.

Висновки. Впровадження на законодавчому рівні обов'язкового формування та подання нефінансових звітів є важливим кроком наближення України до європейських стандартів ведення бізнесу. Підприємствам харчової промисловості слід продовжувати роботу над підвищенням їх активності у розвитку власної політики соціальної відповідальності, приділяти більшу увагу реалізації відповідальності щодо нефінансових вимог, екологічних програм і підприємницької етики. Впровадження і застосування нової модульної структури стандартів GRI є формою нефінансової звітності на найближчі роки, підготовка якої сигналізує суспільству про те, що компанія дотримується європейських стандартів ведення бізнесу та дбає про свою репутацію, підвищуючи таким чином інвестиційну привабливість.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, підприємства, стейкхолдери, соціальна діяльність, стійкий розвиток, нефінансовий звіт, стандарти GRI.

Yaroslav Yaroslavovich PUSHAK

Doctor of Economics, professor,
head of the department of economics and economic Security,
Lviv state university of internal affairs
E-mail: yaro_push@yahoo.com

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES

Abstract.

Introduction. *Corporate social responsibility represents one of the key components of the development strategy of a modern domestic enterprise. In this context, environmental protection, security of personnel of enterprises, promotion of economic stability of regions of their presence, realization of social projects are the priority directions of development of economic entities. Thanks to the high level of development of corporate social responsibility (CSR), enterprises acquire a number of advantages and occupy an important place in the life of society. With a view to sustainable development, leading companies are guided by modern experience and international standards, and contribute to the goals of sustainable development adopted by the UN General Assembly in 2015.*

The purpose of the article is to study the effective implementation and use of the principles of CSR business in the context of sustainable development of enterprises and the main modern trends in its development.

Results The factors that determine the necessity of development of social corporate responsibility of food industry enterprises are considered. The actual indicators of corporate social responsibility development (CSR) of enterprises, international standards and initiatives in the field of CSR are researched. The experience of leading world companies in the implementation of the CSR strategy based on international rating assessments and their impact on CSR development in food industry enterprises has been analyzed.

Conclusions Implementation at the legislative level of mandatory formation and submission of non-financial reports is an important step towards Ukraine's approximation to European standards of doing business. Enterprises in the food industry should continue to work on increasing their activity in developing their own social responsibility policy, to pay more attention to the implementation of responsibility for non-financial requirements, environmental programs and business ethics. The introduction and application of the new modular structure of GRI standards is a form of non-financial reporting for the coming years, the preparation of which signals the public that the company adheres to European standards of doing business and cares about its reputation, thus enhancing investment attractiveness.

Keywords: *corporate social responsibility, enterprises, stakeholders, social activity, sustainable development, non-financial report, GRI standards.*

JEL classification: M14

Вступ

Незважаючи на вагомі наукові здобутки вчених, дослідження особливостей формування корпоративної соціальної відповідальності як необхідного елементу корпоративної стратегії є актуальним питанням та зумовлює необхідність вирішення ряду проблемних питань теоретичного і прикладного характеру. В умовах реалізації Стратегії сталого розвитку, зростання ролі КСВ суб'єктів господарювання та оцінюючи вплив КСВ на їх діяльність, важливим є дослідження міжнародної практики щодо ви-

користання інструментів відкритості, підзвітності та інформування стейкхолдерів компаній про економічні результати, соціальні та екологічні показники. Результатом відсутності у менеджерів вітчизняних підприємств ефективних інструментів реалізації принципів КСВ є зниження соціальної активності, рівня ділової репутації та конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Соціальна або нефінансова звітність дає змогу оцінити ефективність впровадження ключових якісних та кількісних параметрів КСВ та рівень соціальної активності підприємства в цілому. Тому дослідження КСВ в контексті стійкого розвитку підприємств харчової промисловості є своєчасним та актуальним.

Теоретико-методичні та практичні засади КСВ підприємства досліджувалися і висвітлені у працях багатьох зарубіжних вчених: Г. Боуена, К. Девіса, А. Керолла, Ф. Котлера, М. Портера, Р. Фримана, М. Фридмана та інших. Вітчизняні науковці досліджують питання соціальної відповідальності підприємств, зокрема варто відзначити наукові доробки Р. Абрамової, К. Белявської, О. Березіної, А. Бутенко, О. Ворона, В. Воробей, З. Галушки, О. Гончара, Г. Задорожного, О.Зибаревої, М. Ігнатенка, С. Ілляшенка, Н. Кирич, А. Колота, Н. Краснокутської, Н. Кусик, Т. Мостенської, О. Орлова, О. Охріменка, О. Панухник, О. Павликівської, Н. Скопенко, Г. Тарасюк, А. Череп, Н. Міщук, М. Широкової, М. Юркова та інших.

Мета та завдання статті

Метою статті є дослідження ефективного впровадження та використання принципів КСВ бізнесу в контексті стійкого розвитку підприємств та основних сучасних тенденцій її розвитку. У межах досягнення мети виокремлено наступні завдання:

- дослідження продовольчої безпеки як глобальної цілі сталого розвитку;
- встановити напрямки стимулювання розвитку підприємств харчової промисловості;
- дослідити важливість реалізації заходів КСВ на світовому рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження

Пріоритетом розвитку підприємств харчової промисловості є їхня інтеграція у європейські та світові ринки, підвищення експорту, покращення конкурентоспроможності та стійкого зростання. На шляху забезпечення сталого розвитку та зміцнення конкурентних позицій харчової продукції на зовнішніх ринках важливим є прискорення процесів адаптації до європейських вимог щодо якості та безпечності харчових продуктів, дотримання екологічних вимог, створення стійких систем виробництва продуктів харчування, що сприяють збереженню екосистем.

У сучасному світі поняття стійкого розвитку підприємств та успішності компанії безпосередньо пов'язані з нефінансовими показниками діяльності, їхніми позиціями в рейтингах, репутацією, відкритістю та сумлінністю. Актуалізуються питання щодо відношення компанії до співробітників, клієнтів, конкурентів, суспільства. Окрім фінансових показників, громадськості важливо володіти інформацією щодо впливу діяльності компанії на навколишнє середовище і клімат, дотримання гарантій захисту прав людини, прозорості ведення справ та подання звітності у доступній формі. Найбільш поширеним стандартом в світі, відповідно до вимог якого готують нефінансову звітність, є стандарт GRI (Global Reporting Initiative). В основі GRI лежить ідеологія того, що економічні, екологічні та соціальні результати діяльності компанії безпосередньо пов'язані з її стійким довготривалим розвитком.

Використання компаніями стандарту GRI підтверджує їх готовність максимально відкрито показати вплив своєї діяльності на економіку, навколишнє середовище і суспільство. Підготовка даної звітності українськими підприємствами харчової промисловості буде сприяти більш усвідомленому прийняттю рішень. А це, в свою чергу, до-

поможе досягненню національних цілей сталого розвитку, які були затверджені на Саміті ООН у 2015 році [3, с. 176], що включають такі напрямки: справедливий соціальний розвиток; стає економічне зростання та зайнятість; ефективне управління; екологічна рівновага та розбудова стійкості.

Однією з глобальних цілей сталого розвитку, які були затверджені на саміті ООН з питань сталого розвитку у вересні 2015 р. та імплементовані Україною, є подолання голоду та розвиток сільського господарства. Забезпечення доступності збалансованого харчування для населення України є пріоритетом державної політики на найближчі роки (рис.1). Основними проблемами, що несуть потенційні загрози продовольчій безпеці є відсутність збалансованості у харчуванні українців та висока частка витрат населення на харчування. Індекс глобальної харчової безпеки (GFSI) за 2013-2017 рр. засвідчив негативну тенденцію, оскільки Україна опустилася із 47-го на 63-є місце серед 113 країн світу, поступившись не лише усім без винятку країнам Європи, а навіть тим країнам, у які вона активно експортує продовольство, а саме Єгипту, Тунісу, Марокко [5].

Забезпечення продовольчої безпеки держави безпосередньо пов'язане з розвитком національної економіки, зростанням рівня доходів населення, тому потребує реалізації комплексу макроекономічних заходів. Відповідно до Індексу глобальної харчової безпеки першочерговими завданнями є подолання високого рівня корупції, зростання валового внутрішнього продукту на душу населення, зростання фінансування наукових досліджень і новітніх розробок та зменшення ризиків політичної нестабільності.

До позитивних рис, що характерні для вітчизняної економіки на сучасному етапі доцільно віднести відносно невеликий відсоток людей, що перебувають нижче глобального рівня бідності, безпеку продуктів харчування, низький рівень втрат продовольства, помірні тарифи на імпорт сільськогосподарської продукції, волатильність виробництва та наявність програм продовольчої безпеки [6].

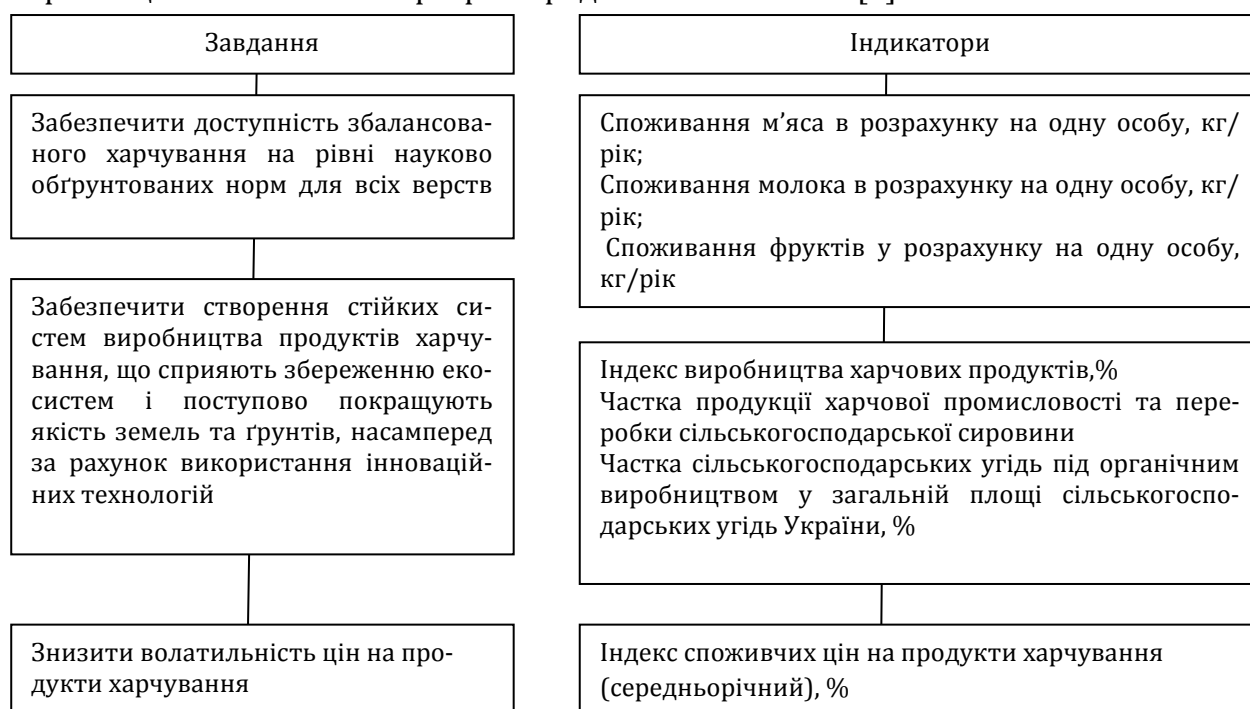


Рис. 1. Продовольча безпека як глобальна ціль сталого розвитку
Джерело: складено автором за даними [3, с. 20]

Виконання вище зазначених завдань неможливо без активного розвитку харчової промисловості, ефективного використання її наявного потенціалу. За даними Дер-

жавної служби статистики України за 2014-2016 рр. спостерігалось зростання обсягу реалізованої продукції підприємствами з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів з 302,4 до 462,4 млрд. грн. Однак, зважаючи на скорочення кількості підприємств харчової промисловості та зменшення у ній зайнятих з 350,8 до 315,0 тис. осіб [7,8] вважаємо, що таке зростання відбулося номінально через зростання цін на харчові продукти.

Показники економічної діяльності підприємств харчової промисловості України за 2014-2016 роки наведено в табл.1.

Таблиця 1. Основні показники діяльності підприємств харчової промисловості України за 2014-2016 роки

| Показники | Роки | | |
|--|----------|----------|---------|
| | 2014 | 2015 | 2016 |
| Обсяг реалізованої продукції, млрд.грн. | 302,4 | 398,0 | 462,4 |
| Кількість підприємств, од. | 5528 | 5502 | 5104 |
| Кількість зайнятих працівників, тис.осіб | 350,8 | 321,0 | 315,0 |
| Середньомісячна ном. заробітна плата штатних працівників, грн. | 3337 | 4184 | 6069 |
| Чистий прибуток(збиток), млн.грн. | -16906,0 | -16553,3 | -7509,5 |

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [7, 8]

Стимулювання розвитку підприємств харчової промисловості повинно здійснюватись через удосконалення правової бази та забезпечення сприятливих економічно-організаційних та соціальних умов їх діяльності.

Проблемними питаннями на сьогодні також залишаються наявність та доступність відкритої інформації про соціальну діяльність підприємств харчової промисловості. Дослідження оцінки рівня КСВ дозволять аналізувати та впливати на поточний стан компанії і тенденції її розвитку. Впровадження міжнародних стандартів, за якими випускається звітність GRI standart дозволить підприємствам, державним та іншим організаціям вимірювати, оцінювати та інформувати громадськість щодо рівня впливу їх діяльності на навколишнє середовище. У цивілізованих країнах цей показник є важливим фактором прийняття інвестиційних рішень. Близько 80% публічних нефінансових звітів у світі складаються з використанням стандартів GRI [9].

Нефінансова звітність, підготовлена за стандартом GRI, допомагає підвищити якість корпоративного управління, оцінити проблеми, ризики і можливості стійкого розвитку, демонструвати його фінансову, економічну і соціальну результативність. Дає можливість розвинути зв'язки із зацікавленими сторонами, обмінюватися досвідом, інформацією на корпоративному та міжкорпоративному рівнях. Система звітності GRI застосовується в більшості розвинених країн та стала вже загальноприйнятою нормою. Вона постійно удосконалюється і розширюється в міру накопичення досвіду зі звітності та зміни як потреб організацій, що звітують, так і стейкхолдерів компаній.

В Україні підготовка нефінансових звітів усе ще залишається прерогативою великих національних компаній і представництв міжнародних корпорацій та є не загальнообов'язковою. Реалізуватись дана практика почалась вітчизняними великими холдингами, присутніми на західних біржах і міжнародними компаніями. Особливо важливо те, що 1 січня 2018 року набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень» (від 05.10.2017 р. № 2164-VIII) [10]. Зокрема, серед новацій передбачається подання:

- звіту про платежі на користь держави. Це документ, що містить деталізовану інформацію про податки, збори й інші платежі підприємств, належні до сплати на користь держави відповідно до закону. Подається підприємствами, що провадять діяльність із видобутку корисних копалин загальнодержавного значення або заготівлю деревини і при цьому становлять суспільний інтерес;

- звіту про управління. Це документ, що містить фінансову та нефінансову інформацію, яка характеризує стан і перспективи розвитку підприємства та розкриває основні ризики й невизначеності його діяльності.

Відповідно до статті 11 «Загальні вимоги до фінансової звітності» даного закону звіт про управління подається разом з фінансовою звітністю та консолідованою фінансовою звітністю. Від подання звіту про управління звільняються мікропідприємства та малі підприємства. Середні підприємства мають право не відображати у звіті про управління нефінансову інформацію.

Таким чином, обов'язковою вимогою відображати у звіті про управління нефінансову інформацію покладено на великі підприємства, показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передує звітному, відповідають щонайменше двом із таких критеріїв: балансова вартість активів - понад 20 млн. євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) - понад 40 млн. євро; середня кількість працівників - понад 250 осіб. Виняток становлять вимоги щодо оприлюднення звітності великими підприємствами, які не є емітентами цінних паперів та середніми підприємствами і мікро- та малими фінустановами – які набудуть чинності із 1 січня 2019 року.

Крім того, даним законом запропоновано визначення підприємств, що становлять суспільний інтерес, – «емітенти цінних паперів, цінні папери яких допущені до біржових торгів, банки, страховики, недержавні пенсійні фонди, інші фінансові установи (крім інших фінансових установ та недержавних пенсійних фондів, що належать до мікропідприємств та малих підприємств) та підприємства, які відповідно до цього закону належать до великих підприємств» [10].

За даними Global Reporting Initiative у 2017 році у світі загальна кількість звітів GRI становила понад 4,6 тис. (рис. 2).

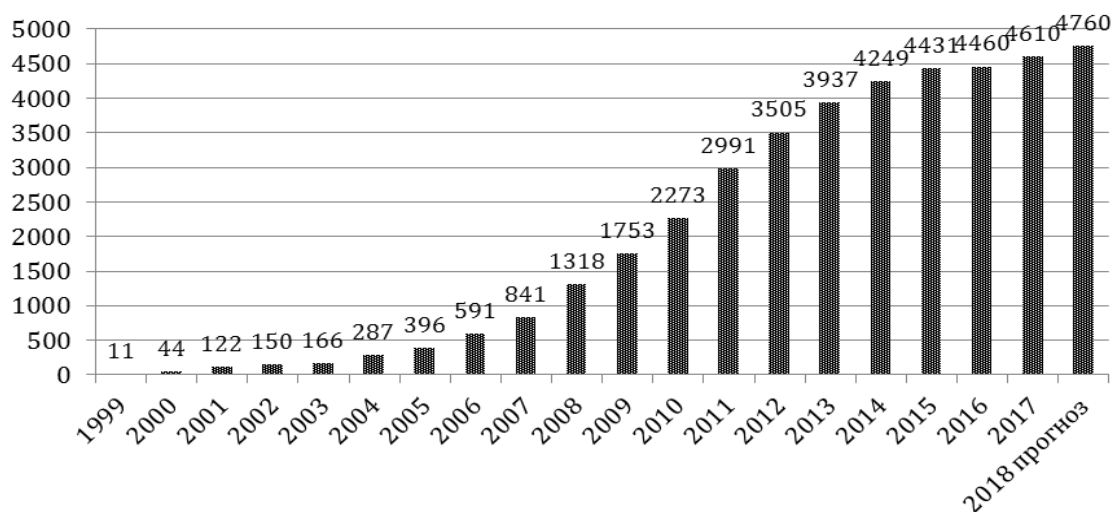


Рис. 2. Світова динаміка зміни загальної кількості звітів GRI

Джерело: за даними Global Reporting Initiative та компанії Baker Tilly [12]

Натомість кількість українських компаній, що підготували подібні звіти, дорівнювала 9, при цьому прогнозується, що за підсумками 2018 року даний показник збільшиться до 13 [15].

Найбільш поширеними та авторитетними у світі вважаються нефінансові звіти, складені з використанням вказівок зі звітності у сфері сталого розвитку, підготовлених організацією Global Reporting Initiative. Оскільки даний модульний стандарт є достатньо універсальним, він є можливим для використання усіма компаніями, в тому числі й підприємствами харчової промисловості. Його формують три універсальні категорії, що не залежать від виду діяльності, а також 33 специфічні стандарти, які пов'язані з екологічними, економічними та соціальними аспектами діяльності компанії. Даний формат стандарту можуть застосовувати також й організації для звітності по окремих конкретних напрямках своєї діяльності, адже передбачено використання лише окремих модулів [12].

Таким чином, використання даного стандарту дозволить адаптувати нефінансову звітність підприємств харчової промисловості під їх галузеву специфіку. Надаючи звітність GRI, підприємство підтверджує, що продовжує інтеграцію у світові ініціативи державних та ринкових регуляторів, свою готовність враховувати останні новації в даній галузі.

Для підприємств різних галузей економіки значимість участі у соціальних ініціативах може відрізнятись. Підтримка в КСВ тісно пов'язана з репутацією компанії, тому важливим є не тільки реалізація соціально-значимих ініціатив і проектів, але і активне інформування про це суспільства.

Дану ідею підтверджує щорічне дослідження The 2018 Global CSR RepTrack: лідери зі списку ТОП-10 (табл. 2) завдяки активному використанню різних каналів комунікацій отримали найвищі оцінки за репутаційними позиціями. Тоді як компанії з нижчими позиціями даного рейтингу є більш залежними від підтримки стейкхолдерів, ЗМІ тощо.

Результати дослідження 2018 Global CR RepTrak 100 продемонстрували ключове значення відповідального управління в ефективній реалізації КСВ. Провідні компанії в усьому світі доводять на практиці пріоритетність у використанні етичних підходів ведення бізнесу, ефективної соціальної активності. Керівники компаній, які увійшли до топ-10 рейтингу дотримуються таких основних критеріїв: відповідальне ставлення до навколишнього середовища, рівень позитивного впливу на суспільство, відкритість та прозорість, етична поведінка, гідні умови праці, справедлива винагорода і зростання добробуту працівників.

Згідно з дослідження консалтингової компанії Reputation Institute [14], провідні позиції щодо КСВ зайняли Google, Microsoft, The Walt Disney Company, BMW Group, LEGO Group, Daimler, Apple, Rolls-Royce, Rolex і Intel (Global CSR Reptrak). Вісім з цих компаній також потрапили в першу десятку компаній з найвищою репутацією, сім визналися лідерами в КСВ впродовж трьох років поспіль.

Таблиця 2. Результати дослідження 2018 Global CSR RepTrak: топ-10 рейтингу

| Рейтинг | Країни | Компанія | Оцінка |
|---------|-----------|-------------------------|--------|
| 1 | США | Google | 71,9 |
| 2 | США | The Walt Disney Company | 69,5 |
| 3 | Данія | LEGO Group | 69,4 |
| 4 | Бразилія | Natura Brasil | 69,4 |
| 5 | Данія | Novo Nordisk | 68,7 |
| 6 | США | Microsoft | 68,1 |
| 7 | Німеччина | Bosch | 68,1 |
| 8 | Японія | Canon | 67,6 |
| 9 | Франція | Michelin | 67,6 |
| 10 | Швеція | Ikea | 67,2 |

Джерело: складено автором за даними [14]

Ключовими факторами у формуванні високого рівня компанії Google за даним дослідженням репутаційних викликів були значні успіхи в забезпеченні кращих умов праці та діяльність генерального директора Сундара Пічаї. Експерти відзначають досягнення компанії в забезпеченні рівних можливостей та високого добробуту співробітників, а також створення ефективної системи стимулів. Також Google вдалося домогтися лідерства і в категорії «Корпоративне громадянство». Ключові фактори покращення репутації підприємства наведено на рис. 3.

Висока оцінка КСВ компанії дозволила завоювати довіру до неї та стимулювати бажання придбати продукцію у 80,8% та 83,9% її споживачів відповідно. Окрім того, збільшення показника активності в області КСВ на 5 балів (Global RepTrak) сприяє до зростання бажання інвестувати в компанію на 7,7% [1].

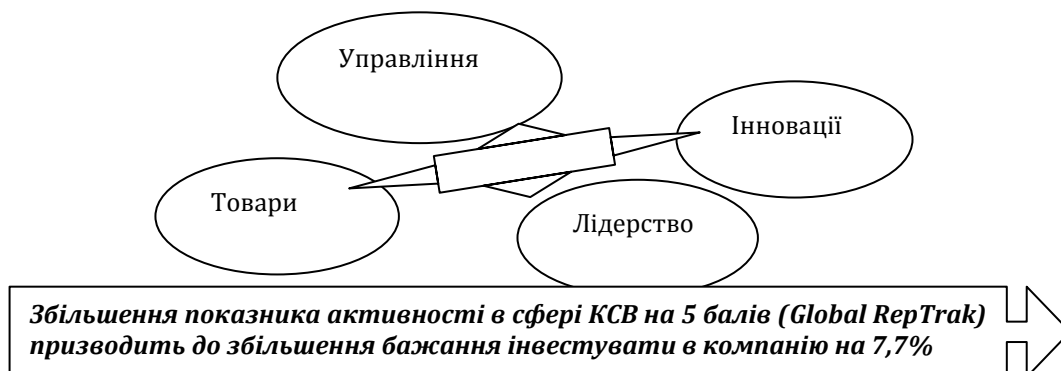


Рис. 3. Ключові «драйвери» репутації за даними Global RepTrak 2014-2017 рр.
Джерело: складено автором за даними 2018 Global CR RepTrak [14]

Міжнародний досвід доводить важливість реалізації заходів КСВ та зумовлює практичну необхідність в нарощуванні частки корпоративних програм розвитку в загальному числі зовнішніх соціальних програм на підприємствах. Не зважаючи на певні досягнення в сфері КСВ, активність вітчизняних суб'єктів господарювання щодо застосування сучасних і ефективних технологій при вирішенні соціальних проблем у регіонах їх присутності є недостатньою. На нашу думку, стимулювання розвитку підприємств харчової промисловості повинно здійснюватись через вирішення наступних проблемних питань:

- удосконалення правової бази та забезпечення сприятливих економічно-організаційних та соціальних умов діяльності підприємств через адаптацію їх нефінансової звітності до міжнародних стандартів, що дозволить підприємствам харчової промисловості та іншим організаціям вимірювати, оцінювати і доносити громадськості рівень впливу їх діяльності на навколишнє середовище;
- продовження інтеграції шляхом впровадження світових ініціатив державних та ринкових регуляторів, врахування останніх новацій в даній галузі;
- розвиток зв'язків із зацікавленими сторонами, обмін досвідом, інформацією на корпоративному та міжкорпоративному рівнях;
- підвищення якості корпоративного управління шляхом надання доступу до відкритої інформації широкому колу суб'єктів соціально-економічних відносин про соціальну діяльність підприємств харчової промисловості;
- активне використання різних каналів комунікацій з стейкхолдерами, ЗМІ не тільки в процесі реалізації соціально-значимих ініціатив і проектів, але і для активного інформування про це суспільства та підвищення репутаційних позицій.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Підсумовуючи вищенаведене доцільно відзначити наявність тісного взаємозв'язку між довірою до підприємств та рівнем їх корпоративної відповідальності, зокрема важливими є активність та результативність використання комунікацій. Ключову роль відіграє зв'язок між діяльністю компаній та корпоративною метою, відповідальне лідерство забезпечує високі показники КСВ.

Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність відображає ключові результати діяльності підприємств з метою забезпечення їх стійкого розвитку, а також містить ряд вимог до управління та довгострокового планування. Здійснюючи господарську діяльність, підприємства повинні орієнтуватися на передовий досвід та сучасні міжнародні стандарти, в тому числі здійснювати свій внесок в досягнення цілей за для досягнення стратегії сталого розвитку «Україна-2020».

Впровадження на законодавчому рівні обов'язкового формування та подання нефінансових звітів є важливим кроком наближення України до європейських стандартів ведення бізнесу. Підприємствам харчової промисловості слід продовжувати роботу над підвищенням їх активності у розвитку власної політики соціальної відповідальності, приділяти більшу увагу реалізації відповідальності щодо нефінансових вимог, екологічних програм і підприємницької етики. Адже розглянуті міжнародні оцінки GRI standart та Global CR RepTrak доводять, що фінансова стабільність та успішність бізнесу безпосередньо пов'язані з нефінансовими показниками й аспектами діяльності, відкритістю, прозорістю, ставленням компанії до співробітників, клієнтів, конкурентів. Впровадження і застосування нової модульної структури стандартів GRI є формою нефінансової звітності на найближчі роки, підготовка якої сигналізує суспільству про те, що компанія дотримується європейських стандартів ведення бізнесу та дбає про свою репутацію, підвищуючи таким чином інвестиційну привабливість.

Список літератури

1. Глобальные лидеры в области КСО 2018 года. Исследования КСО. URL: <https://reputationcapital.blog/2018/10/nazvany-globalnye-lidery-v-oblasti-kso-2018-goda>.
2. Гришова І. Ю. Імплементация принципів соціально-орієнтованого бізнесу в площину економічного розвитку потенціалу харчових підприємств. *Економіка: реалії часу*. 2014. № 3. С. 13–22.
3. Цілі Сталого Розвитку: Україна. Національна доповідь. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. 2017. URL: http://un.org.ua/images/SDGs_National_ReportUA_Web_1.pdf.
4. Кужель В. В. Імунізація економіки агропродовольчої сфери в контексті реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесу. *Економічний форум*. 2014. № 3. С. 17–22.
5. Макаренко І. Експерти пояснили низький рейтинг продовольчої безпеки України. URL: <https://www.unn.com.ua/uk/news/1727319-eksperti-poyasnili-nizkiy-reyting-prodovolchoyi-bezpeki-ukrayini>
6. Що таке світова продовольча безпека і чому Україна посідає 63 місце у рейтингу. URL: <http://www.bakertilly.ua/news/id1458>
7. Промисловість України у 2011-2015 роках. Статистичний збірник. / За редакцією Петренко І. С. Київ. 2016. С. 381.
8. Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) за видами економічної діяльності у 2010-2017 роках. Державна служба статистики України. Статистична інформація. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
9. Новый формат стандарта GRI: социальная ответственность бизнеса в тренде. URL: <http://www.bakertilly.ua/ru/news/id1138>.

-
10. Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень: закон України від 05.10.2017 № 2164-VIII. / Відомості Верховної Ради України. № 44. С. 7.
 11. Про Стратегію сталого розвитку «Україна-2020» від 12 січня 2015 року № 5/2015. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10>.
 12. Нефінансова звітність за стандартами GRI набуває поширення у світі URL: <https://finpost.com.ua/news/9688><https://finpost.com.ua/news/9688>.
 13. Carroll A. B. Corporate Social Responsibility: Evolution of Definitional Construct. *Business and Society*. 2009. Vol. 38, no 3. P. 268–295.
 14. Global CSR 100 RepTrak Report 2018. URL: <https://www.reputationinstitute.com/research/2018-global-csr-100-reptrak-report>.
 15. Global Reporting Initiative. URL: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>
 16. Porter M. E. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*. December, 2006. P. 78–92.
 17. Лагодієнко В. В., Пушак Я. Я. Соціальна відповідальність підприємств харчової промисловості як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2018. № 3. С. 27-35.

References

1. Global leaders in the field of CSR 2018. CSR studies, available at: <https://reputationcapital.blog/2018/10/called-globally-leaders-in-the-field-of-2015-2018>. (Accessed 15 March 2018).
2. Gryshova, I. Yu. (2014). «Implementation of principles of socially-organized business in the area of economic development for the potential of a charitable enterprise». *Ekonomika: realiyi chasu*. no 3. pp. 13–22.
3. Sustainable Development Goals: Ukraine. National report. Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine. 2017, available at: http://un.org.ua/images/SDGs_National_ReportUA_Web_1.pdf. (Accessed 15 March 2018).
4. Kuzhel', V. V. (2014). «Immunitization of the economy of the agro-food sector in the context of implementation of the principles of social responsibility of business». *Ekonomichny`j forum*. no 3. pp. 17–22.
5. Makarenko, I. Experts have explained the low rating of food safety of Ukraine, available at: <https://www.unn.com.ua/en/news/1727319-expert-poyasnili-nizkiy-reyting-prodovolchoyi-bezpeki-ukrayini>. (Accessed 15 March 2018).
6. What is global food security and why Ukraine ranks 63rd in the ranking, available at: <http://www.bakertilly.ua/news/id1458>. (Accessed 15 March 2018).
7. Petrenko, I. S. (ed.) (2016). *Promy`slovisť Ukrayiny` u 2011-2015 rokax*. [Industry of Ukraine in 2011-2015. Statistical Collection] Staty`sty`chny`j zbirny`k. Kiev. Ukraine.
8. Derzhavna sluzhba staty`sty`ky` Ukrayiny`. Obsyag realizovanoyi promy`slovoyi produkciyi (tovariv, poslug) za vy`damy` ekonomichnoyi diyal`nosti u 2010-2017 rokax. [Volume of sold industrial products (goods, services) by types of economic activity in 2010-2017]. Staty`sty`chna informaciya, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 15 March 2018).
9. The new format of the GRI standard is the social responsibility of business in the trend, available at: <http://www.bakertilly.ua/en/news/id1138>. (Accessed 15 March 2018).
10. On Amendments to the Law of Ukraine "On Accounting and Financial Reporting in Ukraine" regarding the improvement of some provisions: the Law of Ukraine dated 10/55.2017 No. 2164-VIII. / Information from the Verkhovna Rada of Ukraine. no. 44. p. 7.

-
11. On the Strategy for Sustainable Development "Ukraine-2020" dated January 12, 2015, No. 5/2015. Available at: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10>. (Accessed 15 March 2018).
 12. Non-financial reporting according to GRI standards is becoming widespread in the world: available at: <https://finpost.com.ua/news/9688><https://finpost.com.ua/news/9688>. (Accessed 15 March 2018).
 13. Carroll, A. B. (2009). Corporate Social Responsibility: Evolution of Definitional Construct. *Business and Society*. vol. 38, no 3. pp. 268–295.
 14. Global CSR 100 RepTrak Report 2018. available at: <https://www.reputationinstitute.com/research/2018-global-csr-100-reprtrak-report>. (Accessed 15 March 2018).
 15. Global Reporting Initiative. available at: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx> (Accessed 15 March 2018).
 16. Porter, M. E. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*. December. P. 78–92.
 17. Lagodiyenko, V. V. and Pushak, Ya. Ya. (2018). «Social Responsibility of Enterprises of the Food Industry as a Basis for Innovative Development of the Modern Economy». Actual problems of innovative economy. no. 3. pp. 27-35.

Стаття надійшла до редакції 25.04.2018 р.