

Мостепанюк А.В.кандидат економічних наук, докторант
Київського національного університету імені Тараса Шевченка**Mostepaniuk Alla**

Taras Shevchenko National University of Kyiv

**ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЕКТІВ
КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ****ASPECTS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PROJECTS
IMPLEMENTATION IN UKRAINE**

Дослідження присвячено визначенню особливостей впровадження проектів корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Проаналізовано офіційні нефінансові звіти компаній та визначено основні показники соціальної відповідальності бізнесу та заходи, спрямовані на задоволення потреб зацікавлених сторін. Виявлено особливості, пріоритетні напрями реалізації соціальної відповідальності бізнесу та запропоновано підхід до обчислення індексу комплексності соціальної діяльності бізнесу відповідно до рівня охоплення проектів, що спрямовані на захист та розвиток основних груп зацікавлених сторін. Крім того, доведено, що є обернено пропорційна залежність між соціальними витратами (у формі частки чистого прибутку) та чистим прибутком, тобто чим вищий чистий прибуток, тим нижчим є відсоток соціальних витрат. Обґрунтовано необхідність запровадження єдиної системи та форми соціального звітування підприємств, що є вкрай потрібним для подальшого вивчення практик реалізації корпоративної соціальної відповідальності в Україні та аналізу ефективності таких практик.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, людський капітал, довкілля, благодійність, соціальна відповідальність бізнесу, індекс комплексності.

Исследование посвящено определению особенностей реализации проектов корпоративной социальной ответственности в Украине. Проанализированы официальные нефинансовые отчеты компаний и определены основные показатели социальной ответственности бизнеса и мероприятия, направленные на удовлетворение потребностей заинтересованных сторон. Выявлены особенности, приоритетные направления реализации социальной ответственности бизнеса и предложен подход к вычислению индекса комплексности социальной деятельности бизнеса в соответствии с уровнем охвата проектов, направленных на защиту и развитие основных групп заинтересованных сторон. Кроме того, доказано, что существует обратно пропорциональная зависимость между социальными издержками (в форме доли чистой прибыли) и чистой прибылью, то есть чем выше чистая прибыль, тем ниже процент социальных издержек. Аргументирована необходимость введения единой системы и формы социальной отчетности предприятий, что является крайне важным для дальнейшего изучения практик реализации корпоративной социальной ответственности в Украине и анализа эффективности таких практик.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, человеческий капитал, окружающая среда, благотворительность, социальная ответственность бизнеса, индекс комплексности.

The study is dedicated to identify the aspects of corporate social responsibility projects implementation in Ukraine. The official non-financial reports of the companies were analysed and the main indicators of corporate social responsibility and activities aimed at meeting the needs of stakeholders were identified. The study was conducted for eight companies, performing in service sector namely: UkrSotsbank, Platinum Bank, KPMG Ukraine, Ernst & Young Ukraine, BDO Ukraine, Kyivstar, Volia, Vidi Group. As the result of the critical review of official publications, key features and national priorities of corporate social responsibility realization are revealed. Thus, the majority of companies implemented social projects in the areas of environment protection and social development. At the same time, only one company reported on following the principles of responsible marketing, and only one company takes into account the social behaviour of a company while selecting the business partners for cooperation. Moreover, two out of eight companies reported on doing the survey on the level of consumers' satisfaction, while others concentrate on improving the quality of goods and services in order to increase the level of consumers' satisfaction. Unexpectedly, the new principle of corporate social responsibility was

found among the realized social activities, namely: participating in the legal norms development, which is not common. Additionally, the new approach to assessment the index of complexity of corporate social activity based on the coverage level of projects aimed at protection and development of the main groups of stakeholders is proposed. At the same time, as the result of the study, the existence of an inversely proportional relationship between social expenditures (in the form of a share of net profit) and net profit is proved, meaning: the higher the net profit, the lower the percentage of social expenditures. Moreover, the necessity of introducing a unified system and form of corporate social reporting is evidenced, which is essential for further study of corporate social responsibility implementation practices in Ukraine and analysis of the effectiveness of such practices.

Key words: corporate social responsibility, human capital, environment, charity, business social responsibility, complexity index.

Постановка проблеми. Концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) нині є основною стратегією ведення бізнесу у країнах із розвинутою економікою та продовжує набувати актуальності та розповсюджуватися серед компаній, які функціонують у ринках, що розвиваються. Необхідність соціальної відповідальності бізнесу викликана постійно зростаючими вимогами суспільства до бізнесу, нездатністю державного сектору у повному обсязі задовільнити соціальні потреби населення та безповоротністю негативного впливу функціонування приватного сектору на стан довкілля. У компаніях, які наслідують принципи соціальної відповідальності, є більш привабливими для споживачів та інвесторів, що сприяє підвищенню фінансової ефективності таких соціально орієнтованих компаній. Тому для розуміння специфіки застосування принципів соціальної відповідальності в Україні, пріоритетності сфер соціальної діяльності бізнесу, рівня залученості компаній у вирішення нагальних соціальних проблем необхідно вивчити офіційні публікації щодо фактичної участі бізнесу у соціальних проектах та інших заходах, спрямованих на покращення рівня добробуту усіх зацікавлених сторін.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню сутності та основних принципів реалізації проектів корпоративної соціальної відповідальності присвячені публікації А. Керрола [1], Х.Р. Гальчак [2], Організації економічного співробітництва та розвитку [3], Глобального договору Організації Об'єднаних Націй [4] та Міжнародного стандарту ISO 26000 [5]. Крім того, праці В.Д. Базилевича [6], Д.О. Баюри [7], В.В. Вірченка [6], З.І. Галушко [8], Н.І. Гражевської [6], А.М. Колота [9], В.В. Ровенської [10] та С.М. Фірсової [11] містять наукові напрацювання щодо впливу соціальної відповідальності бізнесу на добробут населення та фінансові результати підприємства, підходів до визначення ефективності КСВ та розвитку соціальної відповідальності в Україні. Проте проблема визначення фактичних особливостей та пріоритетних сфер застосування принципів КСВ в Україні залиша-

ється мало вивченою, що пов'язано з відсутністю єдиної системи звітування щодо участі бізнесу у соціальних проектах.

Метою статті є визначення особливостей запровадження принципів КСВ та комплексності соціальної діяльності компаній в Україні шляхом аналізу офіційних нефінансових звітів щодо КСВ.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині загальноприйнятою та універсальною системою нефінансового звітування є «Глобальна ініціатива зі звітності» (Global Reporting Initiative) [12], яка була започаткована у 2000 році та містить основні стандарти звітування. Нині більше 14 тисяч організацій підготували звіти та розмістили їх на платформі організації, серед яких лише 22 українські компанії (первинний та вторинний сектори економіки – 14 компаній, третинний – 8 компаній). Тому задля визначення особливостей соціальної відповідальності бізнесу в Україні здійснено аналіз офіційних звітів компаній третинного сектору економіки, розміщених у базі «Глобальної ініціативи зі звітності». Це дослідження проведене відповідно до таких етапів: 1) аналіз ключових показників та заходів КСВ, 2) обчислення індексу комплексності соціальної відповідальності компаній, 3) вивчення залежності між рівнем чистого прибутку компанії та її участі у благодійних проектах.

Тому відповідно до офіційних нефінансових звітів компаній основні соціально спрямовані заходи можуть бути класифіковані таким чином:

«Укрсоцбанк» (фінансова організація):

- навчання 2215 працівників компанії (54% усіх працівників);
- зменшення споживання електроенергії;
- збір 6000 кг макулатури та передача її на переробку;
- проведення заходів щодо запобігання корупції;
- зменшення викидів CO₂ на 560 тон;
- інвестування у об'єкти інфраструктури;
- участь у благодійних проектах (1,3 млн. грн.)

[13].

«Платинум банк» (фінансова організація):

- працевлаштування людей з особливими потребами;
- навчання 2500 працівників (витрати на тренінги: 1307 тис. грн.);
- зменшення використання паперу та електроенергії, перехід на електронний документообіг, збір макулатури (3460 кг) та пластику (450 кг) та передача їх на переробку;
- витрати на благодійність: 172 тис. грн. та 1388 годин волонтерської роботи працівників;
- облаштування приміщень відповідно до вимог людей з особливими потребами;
- проведення онлайн опитування з метою виявлення рівня задоволення потреб споживачів;
- навчання щодо фінансової грамотності 8523 дітей;
- фінансування оснащення комп'ютерних класів у 12 школах;
- фінансова допомога на розвиток інфраструктури;
- проведення тренінгів щодо боротьби та недопущення проявів корупції;
- здійснення соціальних інвестицій на суму 1215 тис. грн.;
- впровадження відповідального маркетингу (примітка: у 2012 році компанія заплатила штраф за ненадання повної інформації щодо послуги обсягом 50 тис. грн.) [14].

«Ernst & Young Україна» (аудиторська компанія):

- навчання працівників (42 години/працівник);
- забезпечення медичного страхування;
- зменшення використання паперу на 12% та електроенергії на 3%;
- зменшення емісії CO₂ на 21%;
- участь у волонтерських проектах (10000 годин волонтерської роботи);
- співпраця з благодійними організаціями;
- участь у розробці та обговоренні законопроектів;
- надання освітніх програм для молоді (11 000 громадян);
- соціальні інвестиції обсягом 2275 тис. грн. [15].

«KPMG Україна» (аудиторська компанія):

- навчання персоналу компанії (34 000 годин за рік);
- зменшення споживання електроенергії на 1,5%;
- організація збору використаних батарейок, утилізація 3370 кг паперу;
- участь у акціях з озеленення;
- зменшення викиду CO₂ шляхом широкого використання відеоконференцій замість відряджень;
- надання фінансової та організаційної підтримки проекту ГО «Вікімедія Україна» «Вікі любить Землю», «Фонду підтримки молодіжного та олімпійського плавання», Ботанічному

саду, надання благодійної фінансової допомоги за рахунок коштів, зібраних у рамках проєктів: Благодійний аукціон домашньої випічки до Дня святого Миколая, Благодійний аукціон до Дня святого Валентина, Благодійний марафон «Пробіг під каштанами»;

- фінансування навчання кращих студентів;
- проведення заходів щодо боротьби з корупцією;
- співпраця переважно з соціально відповідальними компаніями [16].

«BDO Україна» (аудиторська компанія):

- навчання та підвищення рівня безпеки та охорони здоров'я персоналу;
- зменшення використання електроенергії та води співробітниками, переважне використання місцевих постачальників води, застосування енергозберігаючих приладів та засобів, використання екологічних матеріалів у роботі;
- участь у національній кампанії «Go Green»;
- співпраця з дитячим благодійним фондом «Дорога в життя», надання фінансової допомоги дитячому будинку для дітей-сиріт;
- фінансування стипендіальної програми для кращих студентів;
- участь у розробці та обговоренні законопроектів;
- проведення заходів щодо боротьби з корупцією [17].

Київстар (телекомунікаційна компанія):

- перехід на нове обладнання, що споживає значно менше електроенергії;
- перехід на електронний документообіг;
- участь працівників у проєктах з озеленення (висаджено 21 тис саджанців дерев);
- надання фінансової допомоги інтернатам та дитячим будинкам на суму 750 тис. грн.;
- проведення тренінгів та екскурсій для дітей;
- надання доступу до Інтернет понад 200 навчальним закладам;
- фінансування ремонту та оснащення 12 дитячих закладів [18].

«Воля» (телекомунікаційна компанія):

- навчання 241 працівника, 91 керівника та 257 нових співробітників;
- підвищення рівня безпеки та охорони здоров'я на робочому місці;
- проведення утилізації абонентського обладнання та передача його складових на вторинну переробку (витрачено 150 тис. грн. на рік);
- збір макулатури;
- надання фінансової підтримки «Волонтерському руху Буковини»;
- передання комп'ютерної техніки й засобів зв'язку військовим частинам;
- співпраця з благодійними фондами;
- проведення стажування понад 100 осіб;

- організація благодійних переглядів кіно у госпіталах, де перебували поранені в зоні «Антитерористичної операції»;

- надання фінансової допомоги Національній дефлімпійській збірній України на XVIII зимових Дефлімпійських іграх та Міжнародному турніру зі спортивної гімнастики «Кубок Нації»;

- проведення заходів щодо боротьби з корупцією;

- участь у розробці та обговоренні законопроектів [19].

«Віді Груп» (логістична компанія):

- навчання персоналу стандартам ISO;
- покращення умов праці та безпеки на робочому місці;

- зменшення споживання паперу на 35%;

- перехід на електронний документообіг;

- збір макулатури на переробку;

- висаджування саджанців дерев;

- фінансування ремонту і реконструкції дитячих спортивних шкіл, освітніх проектів;

- вивчення потреб та рівня задоволення споживачів;

- працевлаштування людей з особливими потребами;

- співпраця з університетами та школами;

- фінансування будівництва храму;

- фінансування та проведення розважальних заходів для місцевої громади;

- фінансування облаштування регульованого пішохідного переходу, критої зупинки громадського транспорту, асфальтування частин вулиць, благоустроїв території в охоронній зоні проходження ліній електропередач;

- надання фінансової підтримки закладам освіти;

- участь у розробленні та обговоренні законопроектів [20].

Отже, дослідження звітів компаній щодо соціальної відповідальності дає змогу провести групування заходів у три групи: 1) заходи, спрямовані на розвиток працівників; 2) заходи щодо збереження довкілля та 3) заходи, спрямовані на соціальний розвиток.

Крім того, слід зазначити, що серед усіх компаній лише «Платинум банк» зазначив, що слідування принципам відповідального маркетингу є проявом КСВ. Такі дії викликані сплатою штрафу банком за ненадання повної інформації щодо послуг у минулому. У цьому контексті слід зазначити, що у 2017 році Національний Банк України визнав «Платинум банк» неплатоспроможним та згодом банк був ліквідований. Ця ситуація підтверджує фундаментальне значення економічної ефективності як основи соціальної відповідальності бізнесу [1; 3].

Водночас лише «KPMG Україна» виокремила бізнес-партнерів як об'єкт соціальної відпові-

дальності, яка проявляється під час вибору компаній для співпраці, тобто перевага надається соціально-орієнтованим компаніям. Також слід зазначити, що «участь бізнесу у розробленні та обговоренні законопроектів» не належить до переліку основних принципів КСВ, який, як правило, містить принцип «запобігання зловживання недосконалою нормативно-правового забезпечення» та зазначений у публікаціях Організації економічного співробітництва та розвитку [3], проте В.В. Ровенська та ін. визначили «роботу в асоціаціях над законодавчими ініціативами» як складник зовнішньої корпоративної стратегії соціальної відповідальності [10].

Щодо задоволення потреб та очікувань споживачів як напряму КСВ, що спрямований на побудову довірчих відносин та акумулювання соціального капіталу [5; 6], слід зазначити, що лише дві компанії («Платинум Банк» та «Віді Груп») проводять дослідження рівня задоволення споживачів та діють відповідно до їхніх вимог, проте інші компанії прагнуть задовольнити очікування споживачів шляхом покращення якості продукції та послуг. У цьому контексті слід зазначити, що за наявності такої множинності форм реалізації КСВ процес визначення ефективності соціальної діяльності бізнесу є вкрай складним та потребує додаткових методів та універсальної форми звітності.

З метою досягнення поставленої мети запропоновано підхід до визначення індексу комплексності (ІК) корпоративної соціальної відповідальності. Термін «комплексність» визначається як «охоплення групи предметів, явищ, дій, властивостей» [21]. У контексті цього дослідження «індекс комплексності КСВ» вказує на рівень охоплення бізнесом основних заходів соціальної поведінки бізнесу. Тому проведений аналіз офіційних звітів дав змогу виокремити три групи та десять елементів КСВ, а саме:

1) спрямовані на розвиток працівників (людський капітал): навчання персоналу (І), безпека та охорона здоров'я на робочому місці (ІІ);

2) спрямовані на захист довкілля (екологія): зменшення споживання енергії (ІІІ), переробка матеріалів (ІV) та зменшення рівня забруднення (V);

3) спрямовані на розвиток суспільства (громади): благодійність/волонтерство (VІ), освітні, спортивні та культурні заходи для громади (VІІ), розвиток інфраструктури (VІІІ), боротьба з корупцією (ІХ) та участь у розробці та обговоренні законопроектів (Х).

З урахуванням цього групування та інформації, представленої у звітах, показник кожного з десяти елементів КСВ приймає значення «1» (якщо звіт компанії містить інформацію щодо здійснення таких заходів) або «0» (якщо інфор-

мація про такі заходи відсутня), запропонований ІК КСВ визначається за формулою:

$$IK = \frac{\Phi_{ЛК}}{П_{ЛК}} + \frac{\Phi_{ЕК}}{П_{ЕК}} + \frac{\Phi_{ГР}}{П_{ГР}}, \quad (1)$$

де ІК – індекс комплексності КСВ, $\Phi_{ЛК}$ – кількість фактичних заходів щодо розвитку людського капіталу, $П_{ЛК}$ – кількість потенційних заходів щодо розвитку людського капіталу ($П_{ЛК}=2$), $\Phi_{ЕК}$ – кількість фактичних заходів щодо екологічного захисту, $П_{ЕК}$ – кількість потенційних заходів щодо екологічного захисту ($П_{ЕК}=3$), $\Phi_{ГР}$ – кількість фактичних заходів щодо розвитку громади, $П_{ГР}$ – кількість потенційних заходів щодо розвитку громади ($П_{ГР}=5$). ІК КСВ може приймати значення у межах від 0 (відсутність заходів КСВ) до 3 (максимальний рівень залучення бізнесу до вирішення соціальних проблем).

Дані, наведені у табл. 1, вказують на нерівномірний розподіл соціальних проектів серед основних груп, а саме: для компаній «Укрсоцбанк», «KPMG Україна» та «Київстар» проекти спрямовані на розвиток громади та захист

довкілля є пріоритетними, водночас для компанії «Платинум Банк», «Віді Груп» та «Воля» першочерговими є екологічні проекти. Інформація щодо обрахованих індексів подана на рис. 1, відповідно до якого, найбільш комплексними у своїй соціальній діяльності є «BDO Україна» з показником на рівні 2,47 (максимально можливий рівень – 3) та «Ernst & Young Україна» – 2,27, найнижчий рівень охоплення проектів КСВ мають «Київстар» та «Платинум Банк».

Крім того, у цьому контексті слід проаналізувати рівень участі бізнесу у соціальних проектах, який визначається як відношення обсягу коштів, витрачених на благодійність, до обсягу чистого прибутку. Відповідно до рис. 2, максимальна частка чистого прибутку спрямована на благодійність компанією «Платинум Банк» та становить 20%, водночас найнижча частка прибутку на рівні 0,02% була спрямована на благодійність компанією «Київстар». Слід зазначити, що усі розрахунки проводяться виключно на основі даних, наведених у офіційних звітах компаній, та характеризують окремі сфери застосування принципів КСВ.

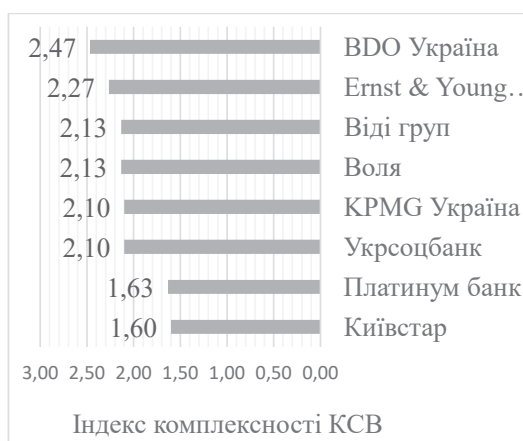


Рис. 1. Індекс комплексності КСВ

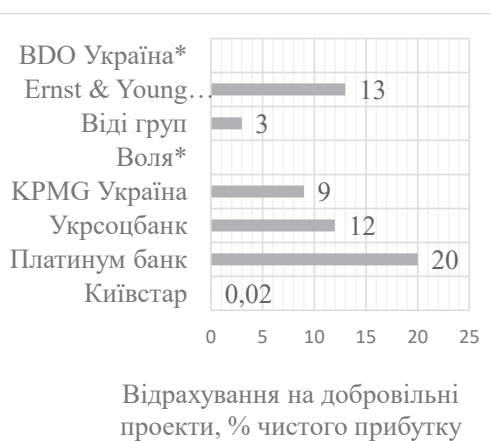


Рис. 2. Обсяг відрахувань на благодійність як частка чистого прибутку

* дані відсутні

Джерело: розроблено автором на основі [13–20]

Таблиця 1

Кількість фактичних заходів соціального спрямування, 2010–2016 рр.

	Людський капітал	Екологія	Громада
Укрсоцбанк	1	3	3
Платинум Банк	1	1	4
Ernst & Young Україна	2	2	3
KPMG Україна	1	3	3
BDO Україна	2	2	4
Київстар	0	3	3
Воля	2	1	4
Віді Груп	2	1	4

Джерело: розроблено автором на основі [13–20]

З метою дослідження основних характеристик застосування принципів КСВ в Україні необхідно проаналізувати взаємозв'язок між обсягом відрахувань на благодійність та обсягом чистого прибутку компанії. Відповідно до даних (рис. 3), є обернено пропорційна залежність між соціальними витратами (у формі частки чистого прибутку) та чистим прибутком, тобто чим вищий чистий прибуток, тим нижчий відсоток соціальних витрат. Компанія «Київстар» звітує про чистий прибуток на рівні 3410 млн. грн., інвестуючи лише 0,02% на соціальний розвиток, «Укрсоцбанк» та «Ernst & Young Україна», маючи прибуток на рівні 11 млн. грн. та 17,6 млн. грн. відповідно, інвестували 12% та 13% від чистого прибутку.

Висновки. Отже, проведений аналіз офіційних нефінансових звітів щодо корпоративної соціальної відповідальності дав змогу виокремити такі особливості впровадження КСВ в Україні:

- лише одна компанія вказала, що слідування принципам відповідального маркетингу є проявом КСВ;
- лише одна компанія розглядає бізнес-партнерів як окремий об'єкт соціальної відповідальності, що проявляється у наданні переваги соціально-орієнтованим компаніям під час вибору партнерів для співпраці;
- лише дві компанії проводять дослідження рівня задоволення споживачів та діють відповідно до їхніх вимог, проте інші компанії прагнуть задовольнити очікування споживачів шляхом покращення якості продукції та послуг;
- «участь бізнесу у розробленні та обговоренні законопроектів» не належить до переліку основних принципів КСВ, запропонованого вченими та міжнародними організаціями, проте визначається приватними компаніями.

З метою визначення рівня комплексності КСВ усі соціально орієнтовані заходи були згруповані таким чином: 1) спрямовані на розвиток працівників (людський капітал): навчання

персоналу, безпека та охорона здоров'я на робочому місці; 2) спрямовані на захист довкілля (екологія): зменшення споживання енергії, переробка матеріалів та зменшення рівня забруднення; 3) спрямовані на розвиток суспільства (громади): благодійність/волонтерство, освітні, спортивні та культурні заходи для громади, розвиток інфраструктури, боротьба з корупцією, участь у розробленні та обговоренні законопроектів.

Отримані результати щодо впровадження принципів КСВ в Україні вказують на нерівномірний розподіл соціальних проектів серед основних груп, а саме: для компаній «Укрсоцбанк», «KPMG Україна» та «Київстар» проекти, спрямовані на розвиток громади та захист довкілля, є пріоритетними, водночас для компаній «Платинум Банк», «Віді Груп» та «Воля» першочерговими є екологічні проекти.

Крім того, запропоновано підхід до визначення індексу комплексності (ІК) КСВ, який вказує на рівень охоплення бізнесом основних заходів соціальної поведінки бізнесу. Відповідно до визначених ІК КСВ, найбільш комплексними у своїй соціальній діяльності є «BDO Україна» з показником на рівні 2,47 (максимально можливий рівень – 3) та «Ernst & Young Україна» – 2,27, найнижчий рівень охоплення проектів КСВ мають «Київстар» та «Платинум Банк».

Водночас рівень участі бізнесу у вирішенні соціальних проблем, який визначається як відношення обсягу коштів, спрямованих на благодійні проекти до обсягу чистого прибутку, показує, що «Платинум Банк» має найвищий рівень участі (20% чистого прибутку інвестовано у соціальні проекти), найнижчий рівень участі має «Київстар» (0,02% чистого прибутку). Водночас доведено існування обернено пропорційної залежності між соціальними витратами (у формі частки чистого прибутку) та чистим прибутком, тобто чим вищий чистий прибуток, тим нижчим є відсоток соціальних витрат.

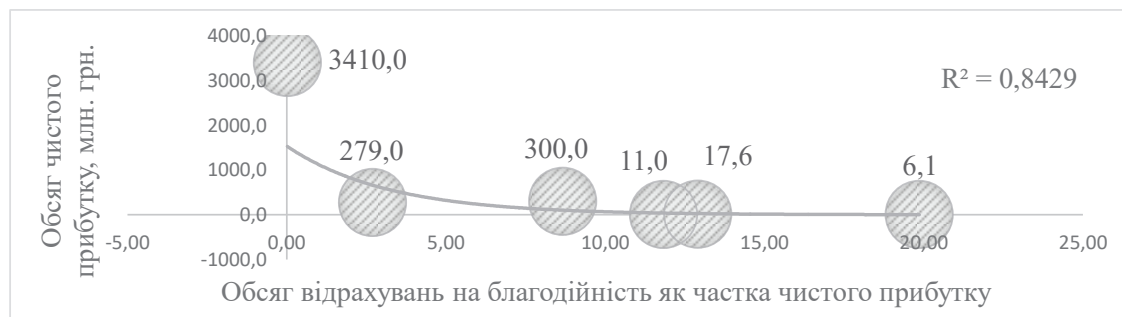


Рис. 3. Взаємозв'язок між обсягом відрахувань на благодійність та обсягом чистого прибутку бізнесу

Джерело: розроблено автором на основі [13–20]

Список використаних джерел:

1. Carroll A.B. Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. 2016. № 1. С. 1–8.
2. Гальчак Х.Р. Забезпечення сталого розвитку підприємства як основа формування соціальної відповідальності. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2016. № 847. С. 69–74.
3. The OECD Guidelines for Multinational Enterprises. / Organisation for Economic Co-operation and Development. 2012. URL: <http://www.oecd.org/daf/inv/mne/48004323.pdf> (дата звернення: 2.12.2019).
4. Principles. / UN Global Compact. URL: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles> (дата звернення: 2.12.2019).
5. Practical overview of the linkages between ISO 26000:2010, Guidance on social responsibility and OECD Guidelines for Multinational Enterprises. 2017. URL: http://iso26000.info/wp-content/uploads/2017/02/ISO-26000_and_OECD_Guidelines_MNE_PPO_v1.pdf (дата звернення: 2.12.2019).
6. Bazylevych V.D., Grazhevskaya N.I., Mostepaniuk A.V., Virchenko V.V. Accumulation of social capital as a positive externality of corporate social responsibility development in transition economies. *Scientific Bulletin of National Mining University*. 2019. № 1. Р. 132–139.
7. Баюра Д.О. Формування систем корпоративного управління на засадах соціальної відповідальності. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2013. № 10 (151). С. 18–22.
8. Галушка З.І. Вплив соціальних інновацій на модернізацію економічних відносин. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2019. № 2 (203). С. 6–11.
9. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / А.М. Колот, О.А. Грішнова, О.Г. Брінцева [та ін.]; за ред. А.М. Колота. Київ : КНЕУ, 2012. 501 с.
10. Ровенська В.В., Кошова В.Ю., Вержбицький М.І. Корпоративна соціальна відповідальність як складник стратегії розвитку бізнесу на вітчизняних підприємствах. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. № 5(73). С. 117–122. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-5-18>
11. Фірсова С.М. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: маркетинговий аспект. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2011. № 121–122. С. 73–76.
12. Database. / Global Reporting Initiative. URL: <https://database.globalreporting.org/> (дата звернення: 8.12.2019).
13. Нефінансовий звіт Укрсоцбанку 2016. / Укрсоцбанк. URL: <https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2017/7959f3e2ecc1fe9d8928dbf83a725cd3.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCD&Expires=1575706126&Signature=euAoTwQzLrJT4%2BpXerDxrvYhayQ%3D> (дата звернення: 4.12.2019).
14. Отчет по устойчивому развитию 2012. / Platinum Bank. URL: <https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2013/2d4c767ea58802f14522de2206f73409.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCD&Expires=1575724329&Signature=G7JMdRP%2FFGp1Du9zluzEurWhHGE%3D> (дата звернення: 4.12.2019).
15. EY Ukraine sustainability report 2015–2016. / Ernst & Young. URL: <https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2017/fa760a768deb5216a01bb72a87f59f2c.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCD&Expires=1575713337&Signature=7sUP8cyHGqyJcAYpYbYSjtHkucY%3D> (дата звернення: 4.12.2019).
16. Соціальний звіт КПМГ в Україні за 2013 рік. / КПМГ. URL: <https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2014/aef8ce26368176d6dd23070cfaad92a8.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCD&Expires=1575748933&Signature=niWsnfGvSDo1GcPok3IBZBtmkJw%3D> (дата звернення: 4.12.2019).
17. Звіт про корпоративну соціальну відповідальність BDO, 2011 рік. / BDO. URL: <https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2012/c1f3398e68cf0d481f5d56e302f33e00.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCD&Expires=1575748918&Signature=8QwrmADgalKJly5ZFBnoKUsfVns%3D> (дата звернення: 4.12.2019).
18. Соціальний звіт 2012. / Київстар. URL: <https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2013/9e5ab1508bb83d47142518a05a0e35c6.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCD&Expires=1575748953&Signature=jTiA5qtMmEU7koBEocNkuPSXSig%3D> (дата звернення: 4.12.2019).
19. Нефінансовий звіт компанії Воля, 2015. / Воля. URL: <https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2016/256cebd60875191fa6aa8cff0bfd0406.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCD&Expires=1576011709&Signature=VZc5leeDmw8OVzYtaY0sDq3F7Mo%3D> (дата звернення: 4.12.2019).
20. Соціальний звіт 2005 – 2010. / Віді Груп. URL: <https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2011/0f0713190f50e3f7d2ae0e5ffdb024f9.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCD&Expires=1575748979&Signature=H%2FkS6ZV%2BfdNs75yfg%2BwBQwavGxo%3D> (дата звернення: 4.12.2019).
21. Осовська Г.В., Юшкевич О.О., Завадський Й.С. Економічний словник. Київ: Кондор, 2007. 358 с.

References:

1. Carroll A. B. (2016) Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, vol. 1, pp. 1–8.
2. Gal'chak X. R. (2016) Zabezpechennya stalogo rozvytku pidpryemstva yak osnova formuvannya social'noyi vidpovidal'nosti [Ensuring the sustainable development of the enterprise as a basis for the formation of social responsibility]. *Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic»*, vol. 847, pp. 69–74.
3. Organisation for Economic Co-operation and Development (2012) *The OECD Guidelines for Multinational Enterprises*. Available at: <http://www.oecd.org/daf/inv/mne/48004323.pdf> (accessed 2 December 2019).
4. UN Global Compact. *Principles*. Available at: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles> (accessed 2 December 2019).
5. Practical overview of the linkages between ISO 26000:2010, Guidance on social responsibility and OECD Guidelines for Multinational Enterprises (2017) Available at: http://iso26000.info/wp-content/uploads/2017/02/ISO-26000_and_OECD_Guidelines_MNE_PPO_v1.pdf (accessed 2 December 2019).
6. Bazylevych V. D., Grazhevskaya N. I., Mostepaniuk A. V., Virchenko V. V. (2019) Accumulation of social capital as a positive externality of corporate social responsibility development in transition economies. *Scientific Bulletin of National Mining University*, vol. 1, pp. 132–139.
7. Bayura D. O. (2013) Formuvannya system korporatyvnogo upravlinnya na zasadax social'noyi vidpovidal'nosti [Formation of corporate governance systems based on social responsibility]. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv*, vol. 10 (151), pp. 18–22.
8. Galushka Z. I. (2019) Vplyv social'nykh innovacij na modernizaciyu ekonomichnykh vidnosyn [The impact of social innovation on the modernization of economic relations]. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv*, vol. 2 (203), pp. 6–11.
9. Kolot A.M., Hrishnova O.A., Brintseva O. H., Herasymenko O. O., Danylenko O.A., Dumans'ka V.P., Il'nits'ka O.I., Il'nits'kyy Ya.V., Motorna I.I., Petrova I.L., Petyukh V. M., Tsymbalyuk S.O., Shevchenko L.S. (2012) *Sotsial'na vidpovidal'nist': teoriya i praktyka rozvytku: monohrafiya* [Social responsibility: theory and practice of development: monograph]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
10. Rovens'ka V. V., Koshova V. Yu., Verzhby'cz'kyj M. I. (2019) Korporatyvna social'na vidpovidal'nist' yak skladnyk strategiyi rozvytku biznesu na vitchy'znyanykh pidpryemstvax [Corporate social responsibility as a component of business development strategy at domestic enterprises]. *Problems of systematic approach in economy*, vol. № 5(73), pp. 117–122. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-5-18>
11. Firsova S. M. (2011) Sotsial'na vidpovidal'nist' biznesu v Ukrayini: marketynhovyy aspekt [Social responsibility of business in Ukraine: marketing aspect]. *Visnyk Kyivskoho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*, vol. 121–122, pp. 73–76.
12. Global Reporting Initiative. *Database*. Available at: <https://database.globalreporting.org/> (accessed 8 December 2019).
13. Ukrsotsbank. *Nefinansovyj zvit Ukrsotcbanku 2016* [Ukrainsotsbank non-financial report 2016]. Available at: <https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2017/7959f3e2ecc1fe9d8928dbf83a725cd3.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCD&Expires=1575706126&Signature=euAoTwQ-zLrJT4%2BpXerDxrvYhayQ%3D> (accessed 4 December 2019).
14. Platinum Bank. *Otchet po ustoychivomu razvitiyu 2012* [Sustainability Report 2012] Available at: <https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2013/2d4c767ea58802f14522de2206f73409.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCD&Expires=1575724329&Signature=G7JM-dRP%2FFGp1Du9zluzEurWhHGE%3D> (accessed 4 December 2019).
15. Ernst & Young. *EY Ukraine sustainability report 2015–2016*. Available at: <https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2017/fa760a768deb5216a01bb72a87f59f2c.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCD&Expires=1575713337&Signature=7sUP8cyHGqyJcAYpY-bYSjtHkucY%3D> (accessed 4 December 2019).
16. KPMG. *Social'nyj zvit KPMG v Ukrayini za 2013 rik* [KPMG Social Report in Ukraine for 2013]. Available at: <https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2014/aef8ce26368176d6dd23070cfaad92a8.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCD&Expires=1575748933&Signature=niWsnf-GvSDo1GcPok3IBZBtmkJw%3D> (accessed 4 December 2019).
17. BDO. *Zvit pro korporatyvnu social'nu vidpovidal'nist' BDO, 2011 rik* [BDO Corporate Social Responsibility Report, 2011]. Available at: <https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2012/c1f3398e68cf0d481f5d56e302f33e00.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCD&Expires=1575748918&Signature=8QwrMADgalKJly5ZFBnoKUSfVns%3D> (accessed 4 December 2019).
18. Kyivstar. *Social'nyj zvit 2012* [Social Report 2012] Available at: <https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2013/9e5ab1508bb83d47142518a05a0e35c6.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCD&Expires=1575748953&Signature=jTiA5qtMmEU7koBEocNkuPSXSig%3D> (accessed 4 December 2019).

19. Volia. *Nefinansovy`j zvit kompaniyi Volya, 2015* [Volia non-financial report, 2015] Available at: <https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2016/256cebd60875191fa6aa8cff0bfd0406.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCDA&Expires=1576011709&Signature=VZc5leeDm-w8OVzYtaY0sDq3F7Mo%3D> (accessed 4 December 2019).
20. Vidi Group. *Social`ny`j zvit 2005 – 2010* [Social Report 2005 – 2010]. Available at: <https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2011/0f0713190f50e3f7d2ae0e5ffdb024f9.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCDA&Expires=1575748979&Signature=H%2FkS6ZV%2BfdNs75yfg%2BwBQwavGxo%3D> (accessed 4 December 2019).
21. Osovs`ka G.V., Yushkevych O.O., Zavads`ky`j J.S. (2007) *Ekonomichny`j slovny`k* [Economic Dictionary]. Kyiv: Condor. (in Ukrainian)