

system is assessed by the relevant indices of financial standing, financial solvency, business efficiency, business activity. The criterion values of the final state of the system are achieved through the implementation of appropriate corporate finance management strategies (asset management, capital management, investment management, cash flow management, financial risk management, financial crisis management) and the implementation of the functions of management (planning, organization, motivation and control).

Key words: management, functions of management, strategic management, financial resources, corporate finance, formal model, conceptual model.

Надійшла до редакції 15.11.2020

DOI : 10.33274/2079-4819-2020-73-2-49-60

JEL : M14

УДК 330.341

Проданова Л. В.,

д-р екон. наук,

професор

Шерстюкова К. Ю.,

канд. екон. наук

Черкаський державний технологічний університет,

м. Черкаси (Україна)

e-mail: l.prodanova@chdtu.edu.ua

Донецький національний університет економіки і торгівлі

імені Михайла Туган-Барановського,

м. Кривий Ріг, Україна,

e-mail: ivanova@donnuet.edu.ua

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНА ПРАКТИКА

UDC 330.341

Prodanova L. V.,

Grand PhD in Economic

Sciences, Professor

Sherstiukova K. Yu.

PhD in Economic Sciences

Cherkasy State Technological University,

Cherkasy (Ukraine)

e-mail: prodanlv@i.ua

Donetsk National University of Economics and Trade

named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,

Kryvyi Rih, Ukraine,

e-mail: sherstyukovakarina@gmail.com

SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS: WORLD EXPERIENCE AND DOMESTIC PRACTICE

Мета — вивчення світового досвіду соціально відповідального бізнесу та дослідження шляхів його упровадження у вітчизняну практику господарювання.

Методи. У статті використано такі методи та прийоми дослідження економічних явищ і процесів: аналіз і синтез, індукція та дедукція, метод зіставлення, діалектичний та історичний підходи, абстрактно-логічний метод, системний та порівняльний аналіз.

Результати. За результатами проведеного дослідження встановлено, що приєднання України до глобального процесу забезпечення сталого розвитку потребує запровадження моделі соціально відповідального бізнесу, яка посилює взаємну відповідальність організацій, підприємств за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки. Акцентовано, що соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) та корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) у системі суспільних відносин українсько-

© Л. В. Проданова, К. Ю. Шерстюкова, 2020

го суспільства не є усвідомленою та застосованою нормою на відміну від світового досвіду розвинених країнах, у яких вона регулюється на державному рівні. Проаналізовано особливості та напрями соціально відповідальної діяльності лідерів рейтингу *The Global Corporate Responsibility RepTrak Study* та найкращих програм СББ і КСВ підприємств-лідерів відповідних галузей та сфер економіки України. Визначено основні напрями соціально відповідальної діяльності лідерів світового рейтингу, зокрема: розвиток дітей; екологічні програми і вирішення екологічних проблем; покращення умов праці; кібербезпека; підтримка локальних громад; подолання нерівності та бідності; та компаній-лідерів української економіки, зокрема: трудові відносини; відносини зі споживачами; розвиток регіонів; антикорупційні практики; екологічна відповідальність. Доведено, що українські компанії сприймають соціальну відповідальність найбільше як політику розвитку і поліпшення умов праці персоналу; інвестиції в розвиток регіону та захист і підтримку споживачів і найменше як боротьбу з корупцією та допомогу переселенцям.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх використання при розробці відповідних заходів політики сталого розвитку з метою створення національної моделі відповідальності.

Ключові слова: соціальна відповідальність, Глобальний Договір ООН, принцип, світовий досвід, лідер за рівнем відповідальності, національна модель відповідальності.

Постановка проблеми. Перехід України до сталого розвитку, її інтеграція до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження відповідних моделей взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства на основі використання кращих стандартів світової та європейської практики, зокрема моделей, які посилюють взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя з урахуванням якнайширшого кола інтересів. До числа таких моделей належать моделі соціально відповідального бізнесу.

На міжнародному рівні моделі соціальної відповідальності активно впроваджуються такими міжнародними інституціями, як Організація Об'єднаних Націй, Організація економічного співробітництва та розвитку, світові бізнес-структури та громадські організації. Нормативна база зазначених інституцій щодо СББ та КСВ наведена конвенціями та деклараціями, які мають рекомендаційний характер (що дає змогу розвивати міжнародну відповідальність бізнесу та створювати національні моделі відносин). Наразі для розвитку моделей СББ та КСВ мають значення такі міжнародні нормативні документи, як Глобальний договір ООН і міжнародні стандарти щодо СББ. Принципи Глобального договору ООН, як відомо, визначені в такій сукупності: 1) принципи прав людини: комерційні компанії повинні

забезпечувати та поважати захист прав людини, проголошених на міжнародному рівні; комерційні компанії повинні забезпечувати, щоб їхня власна діяльність не сприяла порушенню прав людини; 2) принципи праці: комерційні компанії повинні підтримувати свободу зібрань і дієве визнання права на колективні переговори; комерційні компанії повинні сприяти викоріненню примусової або обов'язкової праці; комерційні компанії повинні сприяти дієвому викоріненню дитячої праці; комерційні компанії повинні сприяти дієвому викоріненню дискримінації стосовно зайнятості та працевлаштування; 3) екологічні принципи: комерційні компанії повинні дотримуватися обережних підходів до екологічних проблем; комерційні компанії повинні ініціювати поширення екологічної відповідальності; комерційні компанії повинні стимулювати розвиток і розповсюдження екологічно чистих технологій; 4) антикорупційний принцип: комерційні компанії повинні протидіяти будь-яким формам корупції, включаючи здирицтво [1; 2].

Концепцію Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні підписано в 2011 році на з'їзді Української спілки промисловців та підприємців Координаційною радою у складі представників мережі Глобального договору ООН в Україні та Центру розвитку КСВ, ділових організа-

цій та асоціацій. У цьому документі соціальна відповідальність трактується (із посиланням на документи ООН) як відповідальність організації, підприємства за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорої та етичної поведінки, яка: сприяє сталому розвитку, у т. ч. здоров'ю і добробуту суспільства; зважає на очікування заінтересованих сторін; відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах [1; 3].

За оцінками фахівців, в українському суспільстві в системі суспільних відносин соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) та корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) не посіли гідного місця, не перетворилися на усвідомлену та застосовану норму [4, с. 16]. Саме тому дослідження у визначеному напрямі необхідно продовжити.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальну відповідальність як складне явище в своїх працях розглядають О. Грішнова [5; 6; 7], А. Колот [8; 9; 10], І. Жиглей [11], О. Зоріна [12], О. Іваницька [13], С. Філіппова [14] та інші українські науковці. З усіх знайдених (в сучасній українській науковій літературі) та проаналізованих авторських визначень соціальної відповідальності найбільш широким та загальним можна вважати визначення, що наведено в праці колективу авторів під загальним керівництвом О. Ф. Новікової «Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки)» [4]. Автори цієї колективної монографії розуміють соціальну відповідальність як «волевиявлення, яке визначається певною поведінкою щодо дотримання усвідомлених обмежень та соціальних норм, гарантує безпеку та прогресивний розвиток, забезпечує узгодження інтересів суб'єктів, задіяних у суспільних відносинах та управлінні ними» [4, с. 39]. Вони наголошують, що «соціальна відповідальність багатоаспектна та багаторівнева» і виявляється на таких рівнях: особистісний (індивідуальний) — через ступінь громадянської зрілості особистості та є базовою для інших рівнів; на груповому рівні — визна-

чається як корпоративна соціальна відповідальність; на суспільному — передбачає соціальну відповідальність суспільства за гідний рівень життя нинішнього і майбутнього поколінь; на державному — визначає кращі шляхи досягнення сталого, соціального та людського розвитку; на глобальному рівні — окреслює пріоритети світового розвитку, людської цивілізації [там само, с. 40].

Мета статті. Метою статті є вивчення світового досвіду соціально відповідального бізнесу та дослідження шляхів його упровадження у вітчизняну практику господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. У 2017 році у США дослідницька компанія Porter Novelli/Cone провела дослідження щодо соціальної відповідальності бізнесу, яке дозволило переосмислити значення СВБ і КСВ. Зокрема, дослідження показало, що: 87 % американців зазвичай купують товар тієї компанії, яка підтримує вирішення тієї проблеми, яка їх турбує, і 76 % опитаних громадян відмовляться купувати продукти чи послуги тієї компанії, яка діяла всупереч переконанням покупців; 63 % американців сподіваються, що підприємства відіграватимуть провідну роль у тому, щоб рухати соціальні та екологічні зміни вперед, без державного регулювання; 78 % громадян США хочуть, щоб компанії вирішували важливі проблеми соціальної справедливості. Аналогічне опитування проводили і у країнах Європи, серед європейських споживачів, 70 % з яких сказали, що, при купівлі продукту чи послуги, вони звертають увагу на відданість компанії принципам соціальної відповідальності. Ще 44 % сказали, що готові платити більше за продукцію компаній, які є соціально та екологічно відповідальними [15].

За деякими оцінками, станом на 2019 рік до Глобального договору ООН (який закріплює 10 принципів у сфері прав людини, трудових відносин, охорони навколишнього середовища і боротьби з корупцією) приєдналися 9913 компаній зі 161 країни світу [16, с. 60; 17]. Ще однією важливою на світовому рівні ініціативою є Глобальна ініціатива зі звітності. У 2018 році 13 % компаній в Укра-

їні готували звіти, де відображені показники з корпоративної соціальної відповідальності (екологічні, соціальні та управлінські) [18]. За даними Центру «Розвиток КСВ», станом на квітень 2019 р. в Україні 83 % компаній впроваджують СВБ та КСВ, а 52 % компаній мають затверджені стратегії КСВ [19].

Сьогодні в багатьох розвинених країнах соціальна відповідальність є нормою, яка регулюється на державному рівні. У Європі КСВ, фактично, є обов'язковою складовою діяльності великих компаній. Наприклад, у Норвегії цей принцип представляє цілу індустрію. Там існує навіть профільний орган — Міністерство корпоративної соціальної відповідальності. У Великій Британії схожа ситуація, і там теж є держорган, відповідальний за це питання. Підхід цих держав полягає в заохоченні і підтримці підприємств, які впроваджують програми КСВ, через регулювання і фінансові стимули. Франція стала

першою державою в Європі, яка закріпила в законі 2017 року обов'язок ста провідних компаній країни аналізувати ризики для співробітників і довкілля [20].

Щороку американська дослідницька і аналітична організація Reputation Institute проводить дослідження, на основі якого формує рейтинг лідерів у галузі корпоративної соціальної відповідальності. За підсумками 2019 року (укладачі рейтингу звернулись до 230 тис. споживачів у 15 країнах з проханням оцінити компанії за трьома критеріями: громадянська позиція, корпоративне управління та умови праці), ТОП-10 компаній-лідерів за КСВ виглядає так: LEGO Group, Natura, Microsoft, Google, The Walt Disney Company, BOSCH, Havaianas, Intel, Lavazza та IKEA [15; 21].

У табл. 1 наведено інформацію про особливості та напрями соціально-відповідальної діяльності ТОП-5 лідерів рейтингу за

Таблиця 1

Особливості та напрями соціально відповідальної діяльності лідерів рейтингу The Global Corporate Responsibility RepTrak Study (2019 р., складено за [16; 21; 22; 23; 24])

Компанія	Країна базування	Напрямки КСВ
LEGO Group (іграшки)	Данія	Компанія займається СВБ у трьох основних напрямках: діти, екологія і співробітники. Для дітей регулярно організовуються розвивальні заходи. Наприклад, змайструвати зміни (Build the Change), де малюки розвивають свої соціальні навички та креативність, фантазуючи про майбутнє своєї школи, парку, міста та ін. А в рамках програми RE: CODE компанія навчає школярів програмуванню та робототехніки. У 2015 р. вкладено 155 млн дол. у Центр екологічно чистих матеріалів і поставлено за мету до 2030 р. повністю замінити пластик у конструкторах. Уже сьогодні частина деталей виробляється із цукрової тростини. А для персоналу кожного вересня проводиться LEGO Play Day, коли співробітники збираються разом і складають конструктори, обговорюючи водночас п'ять основних категорій навичок, які важливо прищепити дітям через гру: творчі, фізичні, соціальні, когнітивні, емоційні
Natura (косметика)	Бразилія	Компанія з 50-річною історією зосередила свої зусилля на захисті природи і дощових лісів Амазонії, скороченні відходів і підтримці вразливих верств населення країни. Компанія співпрацює з дрібними бразильськими фермерами, підтримує громади та їх традиції, використовує у виробництві локальні інгредієнти. А 2/3 співробітників головного офісу беруть участь у програмі навчання молодих випускників із неблагополучних районів і допомагають їм знайти першу роботу. Ось уже 12 років компанія зберігає нейтральний вуглецевий баланс: контролюючи обсяг своїх викидів, вона компенсує їх висадкою дерев та іншими екопроектами. Частину упаковок тут виробляють із переробленого пластику або цукрової тростини, а деякі продукти з догляду за шкірою фасують у повторно наповнювальні ємності. Компанія виступає проти тестування косметики на тваринах.

Компанія	Країна базування	Напрямки КСВ
Microsoft (IT)	США	У фокусі СВБ-політики — захист персональних даних і кібербезпека, навчання технологіям і підвищення доступності освіти в усьому світі. А також захист навколишнього середовища. Компанія — одна з найбільших покупців зеленої енергії у США. Високі вимоги тут висувуються і до постачальників: їх діяльність оцінюють з урахуванням етичних, соціальних і екологічних ризиків. У компанії піклуються про співробітників: для них працює багатоканальний прийом зворотнього зв'язку, створені ергономічні робочі місця, проводяться сесії зі стрес-менеджменту, безкоштовні психологічні та правові консультації. Особливу увагу приділяють освіті молоді — в рамках своєї глобальної ініціативи YouthSpark має на меті забезпечити 300 млн молодих людей з різних країн можливостями у сфері освіти, працевлаштування і підприємництва
Google (IT)	США	У 2017 р. компанія заявила про свій намір виділити 1 млрд дол. і 1 млн годин волонтерської роботи своїх співробітників на створення рівних можливостей у всьому світі. Кошти, які компанія жертвує благодійним організаціям в різних країнах, йдуть на освітні проекти, боротьбу з дискримінацією та екстремізмом, розвиток підприємництва й інші соціальні ініціативи. Компанія також славиться своєю щедрою політикою нематеріальних бонусів для співробітників. Серед них медстраховка, безкоштовне харчування, допомога в релаксації, оплата навчання. Компанія піклується про екологію: більше 10 років зберігає нейтральний вуглецевий баланс. А її дата-центри споживають на 50 % менше електроенергії, ніж будь-де у світі
The Walt Disney Company (індустрія розваг)	США	Компанія витрачає на благодійність понад 300 млн дол. на рік. До проєктів СВБ тут підходять із фантазією. Наприклад, у 2019 р. перед релізом фільму «Король Лев» студія Walt Disney запустила кампанію «Захисти прайд». Дізнавшись, що за останні 25 років в Африці вдвічі скоротилась чисельність левів, компанія зобов'язалась виділити мільйони доларів на відновлення популяції до 2050 року. А також організувала інформаційну кампанію, щоб розповісти суспільству про проблеми захисту дикої природи. Активну участь у соціальних проєктах беруть співробітники компанії: за останні вісім років вони присвятили загалом 4 млн годин волонтерської роботи в рамках програми VoluntEARS. Вже в 2020 році ця цифра досягне 5 млн (за розрахунками компанії)

рівнем КСВ за підсумками щорічного дослідження The Global Corporate Responsibility RepTrak Study (2019 р.).

Таким чином, основні напрями соціально відповідальної діяльності лідерів (2019 р.) світового рейтингу за рівнем КСВ за версією The Global Corporate Responsibility RepTrak Study, зосереджені таким чином:

— Lego Group (Данія): розвиток дітей (безпека, права дітей); вирішення екологічних проблем (збереження води, переробка відходів); покращення умов праці співробітників;

— Natura (Бразилія): вирішення екологічних проблем (збереження води, переробка відходів, зменшення викидів, захист тварин);

— Microsoft (США): кібербезпека (захист персональних даних); підтримка локальних громад; політика покращення умов праці (безпека та здоров'я працівників, підвищення рівня освіти); вирішення екологічних проблем (розвиток зеленої енергетики);

— Google (США): екологічні програми (збереження енергії); політика покращення умов праці (безпека та здоров'я працівників, підвищення рівня освіти); подолання нерівності та бідності;

Walt Disney Company (США): екологічні програми (захист тварин, збереження води, зменшення викидів); покращення рівня здоров'я населення.

Видання «Власть денег» в липні 2019 р. оприлюднило рейтинг ТОП-20 найкращих програм СББ і КСВ, які наразі є актуальними та реалізуються в Україні компаніями

(зокрема міжнародними, іноземними), котрі вважаються лідерами у відповідних галузях та сферах української економіки [25]. Узагальнення інформації, оприлюдненої зазначеним виданням, наведено в табл. 2.

Дослідження тенденцій поширення практики СББ і КСВ в Україні наразі ініціює Центр «Розвиток КСВ» [26; 27]. Одне з

Таблиця 2

ТОП-20 найкращих програм СББ і КСВ підприємств-лідерів відповідних галузей та сфер економіки України (складено за даними [25])

Назва компанії та галузь, до якої вона належить	Локалізація на території України	Особливості програм СББ та КСВ
АСТРАТА, агропромисловий комплекс	Полтавська, Вінницька, Житомирська, тернопільська, Хмельницька, Чернігівська, Харківська та Черкаська області	освіта в сільській місцевості
WOG, реалізація палива і супутніх товарів	всі області України	дитяча хірургія серця
ДТЕК, енергетика	вся Україна	навчання співробітників державних органів
EVA, торгівля	вся Україна	підтримка материнства та дитинства, проект «Мама року», благодійницький проект «Orange Days в EVA»
EPAM Systems, IT	Харків, Львів, Вінниця, Київ, Дніпро	інвестиції в освіту, екологічна відповідальність
IDS Borjomi Ukraine, продукти харчування	Моршин, Миргород, Трускавець, Київ	культурно-музичний проект
КЕРНЕЛ, сільське господарство	12 областей України	проекти з підвищення рівня освіти, медицини, культури, спорту, а також інфраструктури в регіонах присутності компанії
Київстар, телекомунікації	всі області України	дитяча безпека, розвиток освіти, підтримка здоров'я і здорового життя, доброчинність, волонтерство
Credit Agricole, банківські послуги	вся Україна	доброчинність і волонтерство, підтримка екологічних проектів, турбота про співробітників, спонсорство
МЕТІНВЕСТ, металургія	Маріуполь, Запоріжжя, Кривий Ріг	довготривала стратегія інфраструктурного розвитку міст
М. С. Л. «Державні лотереї», випуск і продаж лотерей	вся Україна	стійкий розвиток спорту, культури, інфраструктури
Nestlé Україна, продукти харчування	Львів, Київ, Харків, Луцьк і Волинська область	освітні програми для молоді
ОККО, реалізація палива і супутніх товарів	Львів, Київ, Харків, Луцьк і Волинська область	освітні програми для молоді

Назва компанії та галузь, до якої вона належить	Локалізація на території України	Особливості програм СББ та КСВ
PepsiCo Україна, продукти харчування	центральний офіс PepsiCo в Україні, м. Київ, представлена компаніями Sandora и Wimm-Bill-Dann Україна	підвищення якості питної води, допомога дитячим будинкам
ПУМБ, фінанси	всю Україну	освітні програми, розвиток бізнес-середовища
Syngenta, сільське господарство	головний офіс — Київ, загальноукраїнська мережа дистрибуції	фінансування програм з профорієнтації і освітніх проектів
Smart Energy, енергетика	Полтавська та Харківська області	підтримка місцевих громад
Укрлендфармінг, сільське господарство	22 області України	підтримка місцевих громад, фінансування освітніх програм
Henkel Україна, хімічна	Henkel Україна — м. Київ, Хенкель Баутехнік — м. Вишгород	екологічні, освітні та інші проекти стійкого розвитку
Avon Cosmetics Ukraine, косметика	с. Счасливе Бориспільського району Київської області	добродійні програми «Місія проти раку молочної залози», «Скажи НІ домашньому насиллю»

останніх досліджень Центру — публікація «Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018» ґрунтується на результатах репрезентативного дослідження (що охопило 400 респондентів), проведеного на замовлення Центру «Розвиток КСВ» у 2018 р. в рамках проекту «Розбудова потенціалу Національного контактного пункту з відповідальної бізнес-поведінки» (за підтримки Посольства Королівства Нідерландів в Україні, дослідження також підтримали провідні компанії України) [27].

За інформацією Центру «Розвиток КСВ» [27], найпоширенішими практиками впровадження СББ і КСВ у компаніях України в сучасних умовах є:

— трудові відносини: підвищення зарплати, виплата «білої» зарплати та премій. Майже половина компаній дають працівникам можливість працювати за гнучким графіком та реалізують програми з підвищення професійного зростання;

— відносини зі споживачами: підтримка якості продукту компанії, надання правдивої інформації та реклами, тренінги для персоналу з питань обслуговування споживачів, розроблена система управління скаргами та «гаряча лінія» (контакт-центр) для споживачів;

— розвиток регіонів: виділення коштів на благодійність та допомога в благоустрою території;

— антикорупційні практики: понад третина компаній не давала хабарів за розв'язання бізнес-проблем, і така ж їх частина готова віддати частку прибутку на ефективну боротьбу з корупцією;

— екологічна відповідальність: впровадження енергозберігальних технологій та програми сортування й утилізації відходів. Третина опитаних компаній не здійснювала заходів зі збереження довкілля [27, с. 6].

Українські компанії сприймають СББ та КСВ як: політику розвитку і поліпшення умов праці персоналу (75 % опитаних); інвестиції в розвиток регіону та захист і підтримку споживачів (34 %); допомогу воїнам АТО та мешканцям зони АТО, благодійну допомогу й охорону довкілля (28 %). Найменше українські компанії сприймають соціальну відповідальність як боротьбу з корупцією та допомогу переселенцям [27, с. 17].

Вже десять років поспіль (з 2009 р.) Центр «Розвиток КСВ» щорічно ініціює проведення конкурсу бізнес-кейсів з СББ та КСВ, тобто реальних практик СББ і КСВ, що були впроваджені компаніями, які працю-

ють в Україні. Конкурс бізнес-кейсів з КСВ в 2019 р. присвячено впровадженню Цілей Сталого Розвитку компаніями України.

Висновки. Дослідження світового досвіду соціально відповідального бізнесу та шляхів його впровадження у вітчизняну практику господарювання дозволило визначити пріоритетну роль світових лідерів за рівнем КСВ у розвитку світової економічної системи, якими є відомі транснаціональні корпорації. Діяльність транснаціональних корпорацій пронизує всі сфери суспільного життя та визначає основні засади формування конкурентоспроможності ринкових суб'єктів. Кожна з компаній має власну стратегію розвитку СББ та КСВ, концентруючи свої зусилля навколо окремих напрямків, які є пріоритетними й щодо практики компаній України: гідна робота, подолання бідності, якісна освіта, охорона здоров'я, створення стійкої інфраструктури, зменшення нерівності, сталості міст, сталість споживання, захист та відновлення екосистем суші та партнерства заради сталого розвитку та ін. Проте особливістю СББ та КСВ українських компаній є політика розвитку і поліпшення умов праці персоналу в протидію сприйняття ними соціальної відповідальності як боротьби з корупцією.

Перспективами подальших досліджень вбачаєм визначення й обґрунтування необхідних та достатніх умов впровадження національної моделі соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Список літератури

1. Official website of the United National Global Compact. URL : <https://www.unglobalcompact.org/>.
2. Випереджаючи час: 25 років з розгортання руху за ділову досконалість та соціальну відповідальність. Соціальний звіт Української асоціації якості за 25 років. Київ. 2016. URL : https://www.uaq.org.ua/docs/report_GP_UN_UAQ.pdf.
3. Офіційний сайт Українського союзу промисловців і підприємців. URL : <http://www.uspp.org.ua/actual/187.dlya->

rozvitku-socialno-vidpovidalnoi-diyalnosti-biznesupotribni-derzhavni-stimuli.htm.

4. Новікова О. Ф., Дейч М. Є., Панькова О. В. та ін. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки) : монографія / НАН України. Ін-т економіки пром-сті. Донецьк, 2013. 296 с.

5. Грішнова О. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні. *Україна: аспекти праці*. 2010. № 7. С. 3–8.

6. Грішнова О. А. Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні. *Демографія та соціальна економіка*. 2011. № 1. С. 39–46.

7. Грішнова О. А., Міщук Г. Ю., Олійник О. О. Соціальна відповідальність у трудових відносинах: теорія, практика, регулювання ризиків : монографія. Рівне: НУВГП, 2014. 217 с.

8. Колот А. М. Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності: еволюція поглядів. *Україна: аспекти праці*. 2013. № 8. С. 3–17.

9. Колот А. М., Грішнова О. А. та ін. Соціальна відповідальність : навчальний посібник; за заг. ред. А. М. Колота. Київ : КНЕУ, 2015. 519 с.

10. Колот А. М. Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності: еволюція поглядів. *Економіка України*. 2014. № 3 (628). С. 70–82.

11. Жиглей І. В. Суб'єктні характеристики соціальної відповідальності та їх вплив на обліковий процес. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу: міжнар. зб. наук. пр.* Житомир : ЖДТУ, 2018. С. 33–41.

12. Зоріна О. А., Нестеренко К. П. Необхідність аналізу соціально-відповідальної діяльності вітчизняних підприємств. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: проблеми теорії, методології, організації*. 2014. № 1. С. 67–76. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/boaa_2014_1_10.

13. Іваницька О. Глобальні стандарти соціальної відповідальності бізнесу. URL : <http://n-auditor.com.ua/uk/component/>

na_archive/1241?view=material. (Дата звернення 10.11.2020).

14. Філіппова С. В. Соціальна відповідальність у стратегії управління вітчизняним підприємством: проблемні питання інтегрування механізму. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 2 (30). С. 5–17.

15. Зуб О. Соціальне підприємництво і як воно працює у світі. URL : <https://openmind.com.ua/2019/10/30/csr/>. (Дата звернення 15.10.2020).

16. Варламова М., Єнгоян Г. Світові тренди розвитку соціальної відповідальності бізнесу. *Галицький економічний вісник*. 2019. № 5 (60). С. 58–65. URL : http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/30939/2/GEB_2019v60n5_Varlamova_M-World_trends_of_business_58-65.pdf.

17. Глобальна Ініціатива зі Звітування (GRI). URL : www.globalreporting.org. (Дата звернення 10.11.2020).

18. Саприкіна М. Навіщо бізнесу звіти зі сталого розвитку. URL : <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/10/31/653160/>. (Дата звернення 10.11.2020)

19. Офіційний сайт Центру розвитку КСВ в Україні. URL : <http://www.csrukraine.org>.

20. Білоруська К. Соціальні ініціативи. Чи стане український бізнес відповідальним. 6 листопада 2019. URL : <https://nv.ua/ukr/biz/experts/socialni-iniciativi-chi-stane-ukrajinskiy-biznes-vidpovidalnim-50051904.html>. (Дата звернення 10.11.2020).

21. Названо найбільш соціально активну компанію світу. *Бізнес Світ*. 2017/09/17. URL : <https://business.ua/news/6545-nazvano-najbilsh-sotsialno-aktivnu-kompaniyu-svitu>. (Дата звернення 10.11.2020).

22. Павленко А. Прощання з диким Заходом. Надихаючі історії того, як великий бізнес витрачає мільйони на благо суспільства. 16 лютого 2020 р. URL : https://nv.ua/ukr/world/countries/velikiy-biznes-i-blagodiyni-proekti-chomu-kompaniji-roblyat-bagatomilyonni-vitrati-50070048.html?utm_source=set_lang.

23. Європейські бізнес-практики корпоративної соціальної відповідальності: кейси, практикум; за ред. проф. Л. Пе-

трашко, доц. О. Мартинюк. К. : КНЕУ, 2019. 239 с. URL : https://unba.org.ua/assets/uploads/2ccde17614fe1331c691_file.pdf.

24. Глендейл Дж. ТОП-10 компаній з найвищою корпоративною відповідальністю. 12 октября 2018. URL : <https://happymonday.ua/top-10-kompan-dl-96j-z-najvishhoju-korporativnoju-v-dl-96dpov-dl-96daln-dl-96stju>. (Дата звернення 10.11.2020).

25. Лавникович Д. ТОП-20 компаній, котрым не все равно. Понедельник, 01 июля 2019. URL : https://www.dsnews.ua/vlast_deneg/top-20-kompaniy-kotorym-ne-vse-ravno-28062019220000. (Дата звернення 11.10.2020).

26. Практики КСВ в Україні 2019 / під ред. М. Саприкіної ; Центр «Розвиток КСВ». К. : 2019. 152 с. URL : <http://old.csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2019/12/Практики-КСВ-в-Україні-2019.pdf>.

27. Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018 / укладачі : А. Зінченко, М. Саприкіна. Київ: Юстон, 2017. 52 с. URL: http://old.csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/10/CSR_2017_research-1.pdf.

References

1. Official website of the United National Global Compact. Retrieved from <https://www.unglobalcompact.org>.

2. Ukrainian Quality Association (2016). *Vyperedzhaiuchy chas: 25 rokiv z rozhortannia rukhu za dilovu doskonalist ta sotsialnu vidpovidalnist. Sotsialnyy zvit Ukrayinskoyi asotsiatsiyi yakosti za 25 rokiv* [Ahead of time: 25 years since the development of the movement for business excellence and social responsibility. Available at : https://www.uaq.org.ua/docs/report_GP_UN_UAQ.pdf.

3. Official site of the Ukrainian Union of Industrialists and Entrepreneurs. Retrieved from <http://www.uspp.org.ua/actual/187.dlya-rozvitku-socialno-vidpovidalnoi-diyalnosti-biznesu-potribni-derzhavni-stimuli.htm>.

4. Novikova, O. F., Deych, M. Ye., Panikova, O. V. (2013). *Diahnostyka stanu ta perspektyv rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti v Ukraini (ekspertni otsinky)* [Diagnostics of the state and prospects of social responsibility in

Ukraine (expert assessments)]. Donetsk, Inst. of Industrial Economics Publ., 296 p.

5. Hrishnova, O. (2010). *Sotsialna vidpovidalnist biznesu: sutnist, znachennia, stratehichni napriamy rozvytku v Ukraini* [Social responsibility of business: essence, value, strategic directions of development in Ukraine]. *Ukraina: aspekty pratsi* [Ukraine: aspects of work], no. 7, pp. 3–8.

6. Hrishnova, O. A. (2011). *Sotsialna vidpovidalnist u konteksti podolannia systemnoi kryzy v Ukraini* [Social responsibility in the context of overcoming the systemic crisis in Ukraine]. *Demohrafiia ta sotsialna ekonomika* [Demography and social economy], no. 1, pp. 39–46.

7. Hrishnova, O. A., Mishchuk, H. Yu., Oliinyk, O. O. (2014). *Sotsialna vidpovidalnist u trudovykh vidnosynakh: teoriia, praktyka, rehuliuvannia ryzykiv* [Social responsibility in labour relations: theory, practice, risk regulation]. Rivne, NUVHP Publ., 217 p.

8. Kolot, A. M. (2013). *Suchasna filosofii korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: evoliutsiia pohliadiv* [Modern philosophy of corporate social responsibility: the evolution of views]. *Ukraina: aspekty pratsi* [Ukraine: aspects of work], no. 8, pp. 3–17.

9. Kolot, A. M. & Hrishnova, O. A. (2015). *Sotsialna vidpovidalnist* [Social responsibility]. Kyiv, KNEU Publ., 519 p.

10. Kolot, A. M. (2014). *Suchasna filosofii korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: evoliutsiia pohliadiv* [Modern philosophy of corporate social responsibility: the evolution of views]. *Ekonomika Ukrainy* [Ukraine economy], no. 3 (628), pp. 70–82.

11. Zhyhlei, I. V. (2018). *Subiektni kharakterystyky sotsialnoi vidpovidalnosti ta yikh vplyv na oblikovyi protses. Problemy teoryi ta metodolohii bukhhalterskoho obliku, kontroliu i analizu* [Subjective characteristics of social responsibility and their impact on the accounting process. Problems of theory and methodology of accounting, control and analysis]. *Trudy Zhytomyr. derzh. tekhnol. un-t* [Proc. of Science. pr. Zhytomyr. state technologist un-ty]. Zhytomyr, ZHDTU Publ., pp. 33–41.

12. Zorina, O. A. & Nesterenko, K. P. (2014). *Neobkhidnist analizu sotsialno-vid-*

povidalnoi diialnosti vitchyznianskykh pidpriemstv [The need to analyze the socially responsible activities of domestic enterprises]. *Bukhhalterskyi oblik, analiz ta audyt: problemy teorii, metodolohii, orhanizatsii* [Accounting, analysis and audit: problems of theory, methodology, organization], no. 1, pp. 67–76. Available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/boaa_2014_1_10.

13. Ivanytska, O. *Hlobalni standarty sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu* [Global standards of social responsibility of business]. Available at : http://n-auditor.com.ua/uk/component/na_archive/1241?view=material. (Accessed 10 November 2020).

14. Filyppova, S. V. (2017). *Sotsialna vidpovidalnist u stratehii upravlinnia vitchyznianskykh pidpriemstv: problemni pytannia integruvannia mekhanizmu* [Social responsibility in the strategy of domestic enterprise management: problematic issues of mechanism integration]. *Ekonomika: realii chasu* [Economy: the realities of time], no. 2 (30), pp. 5–17.

15. Zub, O. (2019). *Sotsialne pidpriiemnytstvo i yak vono pratsiuie u sviti* [Social entrepreneurship and how it works worldwide]. Available at: <https://openmind.com.ua/2019/10/30/csr>. (Accessed 15 October 2020).

16. Varlamova, M. & Yenhoian, H. (2019). *Svitovi trendy rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu* [World trends in the development of corporate social responsibility]. *Halyskyi ekonomichnyi visnyk* [Galician Economic Bulletin], no. 5 (60), pp. 58–65.

17. *Hlobalna Initsiatyva zi Zvituvannia* [Global Reporting Initiative (GRI)]. Available at : www.globalreporting.org (Accessed 10 November 2020).

18. Saprykina, M. (2019). *Navishcho biznesu zvity zi staloho rozvytku* [Why do businesses need reports on sustainable development] Available at : <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/10/31/653160/>. (Accessed 10 November 2020).

19. Official site of the Center for CSR Development in Ukraine. Retrieved from <http://www.csrukraine.org>.

20. Biloruska, K. (2019). *Sotsialni initsiatyvy. Chy stane ukraïnskyi biznes vidpovidalnym* [Social initiatives. Will Ukrainian business

become responsible]. Available at : <http://www.csrukraine.org>. (Accessed 10 November 2020).

21. Business World (2017). *Nazvano najbilsh sotsialno aktyvnu kompaniiu svitu* [The most socially active company in the world has been announced]. Available at: <https://business.ua/news/6545-nazvano-najbilsh-sotsialno-aktivnu-kompaniyu-svitu>. (Accessed 10 November 2020).

22. Pavlenko, A. (2020). *Proshchannia z dykym Zakhodom. Nadykhaiuchi istorii toho, yak velykyi biznes vytrachaie miliony na blaho suspilstva* [Farewell to the Wild West. Inspirational stories of how big business spends millions for the wealth of the society]. Available at : https://nv.ua/ukr/world/countries/velikiy-biznes-i-blagodiyini-proekti-chomu-kompaniji-roblyat-bagatomilyonni-vitrati-50070048.html?utm_source=set_lang.

23. Petrashko, L. & Martynyuk, O. (eds) (2019). *Yevropeiski biznes-praktyky korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: keisy: praktykum* [European business practices of corporate social responsibility: cases: practicum]. Kyiv, KNEU Publ, 239 p. Available at : https://unba.org.ua/assets/uploads/2ccde17614fe1331c691_file.pdf.

24. Glenday, J. (2018). TOP-10 kompanii z naivysshchoiu korporatyvnoiu vidpovidalnistiu [TOP-10 companies with the highest corporate responsibility] Available at : <https://happymonday.ua/top-10-kompan-d1-96j-z-najvishhoju-korporativnoju-v-d1-96dpov-d1-96daln-d1-96stju>.

25. Lavnikovich, D. (2019). TOP-20 kompaniy, kotorym ne vse ravno [TOP-20 companies that care]. Available at : https://www.dsnews.ua/vlast_deneg/top-20-kompaniy-kotorym-ne-vse-ravno-28062019220000. (Accessed 11 October 2020).

26. Saprykina, M. (ed.) (2019). *Praktyky KSV v Ukraini 2019* [CSR Practices in Ukraine 2019]. Kyiv, Center "Rozvytok CSR" Publ., 152 p.

27. Zinchenko, A. & Saprykina, M. (2017). *Rozvytok KSV v Ukraini: 2010–2018* [CSR development in Ukraine: 2010–2018]. Kyiv, Yuston Publ., 52 p. Available at : http://old.csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/10/CSR_2017_research-1.pdf.

Objective. *The objective of the article is to study the world experience of socially responsible business and research the ways of its implementation into domestic business practice.*

Methods. *The article uses the following methods and techniques for studying economic phenomena and processes: analysis and synthesis, induction and deduction, a comparison method, an expert estimation method, dialectical and historical approaches, an abstract-logical method, system and comparative analysis.*

Results. *According to the results of the study, Ukraine's accession to the global process of sustainable development requires the introduction of a model of socially responsible business, which strengthens the mutual responsibility of organizations, enterprises for the impact of decisions and actions on society and the environment through transparent and ethical behaviour. It is emphasized that social business responsibility (SBR) and corporate social responsibility (CSR) in the system of public relations of Ukrainian society is not a conscious and applied norm in contrast to the world experience of developed countries, where it is regulated at the state level. Peculiarities and directions of socially responsible activity of the leaders of The Global Corporate Responsibility Rep Trak Study rating and the best CSR and CSR programs of the enterprises-leaders of the corresponding branches and spheres of economy of Ukraine are analyzed. The main directions of socially responsible activity of world ranking leaders are determined, in particular: children development; environmental programs and solutions of environmental problems; improving working conditions; cybersecurity; support for local communities; overcoming inequality and poverty; and companies-leaders of the Ukrainian economy, in particular: labour relations; consumer relations; development of regions anti-corruption practices; environmental responsibility. It is proved that Ukrainian companies perceive social responsibility mostly as a policy of development and improvement of staff working conditions; investment in regional development and consumer protection and support; at least as a fight against corruption and assistance to displaced persons.*

The practical significance of the obtained results is in the possibility of their use in the development of appropriate measures of sustainable development policy in order to create a national model of responsibility.

Key words: social responsibility, UN Global Compact, principle, world experience, leader in terms of responsibility, national model of responsibility.

Надійшла до редакції 15.11.2020

DOI : 10.33274/2079-4819-2020-73-2-60-66

JEL : F 20, F 21, F 29

УДК 330.341.1:330

Бочарова Ю. Г.,
д-р екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: bocharova@donnuet.edu.ua

ВЕНЧУРНИЙ БІЗНЕС: СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ

UDC 330.341.1:330

Bocharova Yu. H.,
Grand PhD in Economic
Sciences,
Associate Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: bocharova@gmail.com

VENTURE BUSINESS: STATE AND FEATURES OF DEVELOPMENT

Мета — ідентифікація стану та особливостей розвитку венчурного бізнесу в світі.

Методи. У процесі дослідження використано такі загальнонаукові методи та прийоми пізнання: теоретичне узагальнення і порівняння, аналіз і синтез, індукція та дедукція, групування та класифікація.

Результати. За результатами проведеного дослідження встановлено, що: кількість венчурних фондів у світі збільшується; найбільша кількість венчурних фондів функціонує у Америці, у т. ч. США; до найбільш відомих та авторитетних венчурних фондів належать: Intel Capital, Google Ventures, Salesforce Ventures, Comcast Ventures, Qualcomm Ventures, Cisco Investments, Santander InnoVentures, Ascension Ventures, CyberAgent Ventures, SBI Investment, SMBC Venture Capital та ін.; обсяги венчурних інвестицій у світі у 2012–2019 рр. суттєво збільшилися — майже у 6 разів; венчурні інвестиції не однаково розподілені за стадіями розвитку інноваційного підприємництва — найбільші обсяги венчурних інвестицій у 2012–2019 рр. залучаються на «Seed stage» та «Early stage»; у 2012–2019 рр. всіма венчурними фондами, що створено та функціонують у світі, було профінансовано 55192 проекти на Seed stage на загальну суму 154,4 млрд дол; фіксується не тільки збільшення загальних обсягів венчурних інвестицій, але й середні розміри венчурних інвестицій на один проєкт; найбільш привабливими для венчурних інвесторів є стартапи, що здійснюють свою діяльність у таких сферах, як: програмне забезпечення, фінтех, фармацевтика та біотехнології, споживчі товари та рекреація; країною-світовим лідером за обсягом венчурних інвестицій є США; найбільш привабливими для венчурних інвесторів є такі країни, як: США, Об'єднане Королівство, Канада, Гонконг, Японія, Сінгапур, Австралія, Німеччина, Нова Зеландія та Данія; із 2014 року великі компанії здебільшого здійснюють венчурну діяльність не через

© Ю. Г. Бочарова, 2020