

16. Palamarek, K. V., Peresichnyi, M. I. (2016). Functional and technological properties of iodine-containing raw materials and inactivated yeast extract. *Visnyk Lvivskoi komertsiiinoi akademii. Seriiia tovaroznavcha [Bulletin of the Lviv Commercial Academy. Commodity series]*, vol. 16, pp. 63–68 (in Ukr.).

УДК 334.711

JEL Classification: A13, I38

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2020-3.79.13>

О.В. Попадюк, к.е.н., асистент,

<https://orcid.org/0000-0002-6797-8404>

І.П. Кравчук, к.е.н., асистент,

<http://orcid.org/0000-0003-0708-3227>

Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича,
м. Чернівці

**СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ СКЛАДОВИХ СИСТЕМИ
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Анотація

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

Метою статті є дослідження стратегічних орієнтирів розвитку складових системи соціальної відповідальності бізнесу на підприємствах харчової промисловості. *Методологія.* Теоретико-методичне підґрунтя наукової роботи складають загальнонаукові принципи, методи, положення, висвітлені в роботах науковців, які займаються вирішенням проблем корпоративної соціальної відповідальності.

Результати. Згідно з результатами комплексних досліджень, соціальна відповідальність все ще не стала частиною організаційного управління в компаніях, оскільки тільки в

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

половини з тих, які реалізують політику корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), є стратегія (політика) соціальної відповідальності, і лише чверть з них має бюджет на виконання програм/заходів із соціальної відповідальності, а в більшості компаній пошуком ідей для програм з КСВ та розробкою планів їх реалізації займається керівництво. При цьому головним стимулом реалізації політики КСВ є моральні міркування, а основними перешкодами для впровадження політики КСВ представники компаній називають брак коштів, нестабільну політичну ситуацію в країні, недосконалість нормативно-правової бази, яка б сприяла цій діяльності, та податковий тиск. Наукова новизна полягає в удосконаленні теоретико-методичних положень щодо забезпечення стратегічного розвитку підприємств харчової промисловості на засадах соціальної відповідальності. У статті визначені основні тенденції, на які варто орієнтуватись українським підприємствам у сфері корпоративної соціальної відповідальності з огляду на процеси євроінтеграції.

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

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

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

Кількість: джерел – 14; таблиць – 1.

Olena Popadyuk, Candidate of Economic Sciences,
<https://orcid.org/0000-0002-6797-8404>

Iryna Kravchuk, Candidate of Economic Sciences,
<http://orcid.org/0000-0003-0708-3227>

Yuri Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi

STRATEGIC GUIDELINES FOR THE DEVELOPMENT OF COMPONENTS OF THE BUSINESS SOCIAL RESPONSIBILITY SYSTEM AT THE ENTERPRISES OF THE FOOD INDUSTRY

Summary

Relevance of research of socially responsible economic activity of Ukrainian enterprises is exacerbated by the fact that the domestic economic environment has not passed in its historical development the necessary stages, which in Western society have led to an awareness of the importance of the philosophy of social responsibility. More and more obvious is the fact that the reputation of domestic food industry enterprises is increasingly dependent not only on their profitability, share value, product quality, but also on their activity in the field of social responsibility.

However, different approaches to the understanding of social responsibility, inconsistency of actions, and lack of purposeful governance mechanisms provide an unstable platform for further implementation of social responsibility principles in the overall strategy of an enterprise.

The purpose of the article is research of strategic directions of development of components of the system of social responsibility of business at the enterprises of the food industry. The theoretical and methodological basis of scientific work are general scientific principles, methods, provisions, highlighted in the works of scientists involved in solving problems of corporate social responsibility

According to the results of comprehensive research, social responsibility has not yet become a part of organizational management in companies, since only half of the companies implementing corporate social responsibility (CSR) policy have a social responsibility strategy (policy), and only a quarter of companies have a budget for implementation of social responsibility programs / activities, and at most companies the search for ideas for CSR programs and development of plans for their implementation is performed by management. At the same time, the main impetus for the implementation of CSR policy is moral considerations, and as the main obstacles to the implementation of CSR policy company representatives name the lack of funds, unstable political situation in the country, imperfection of the legal framework that would contribute to this activity, and tax pressure. Scientific novelty is in the improvement of the theoretical and methodological provisions for ensuring the strategic development of food industry enterprises based on social responsibility. The article identifies the main trends that Ukrainian enterprises should focus on in the area of corporate social responsibility in view of the European integration processes.

Practical value of the obtained results is in bringing to the level of methodological and practical recommendations that allow increasing the efficiency of the activity of domestic enterprises in the context of ensuring the sustainable development. Practical developments are of universal character and can be applied in other areas of business. This topic has the prospect of research in the field of improvement of methodological support for the assessment of the social responsibility system of the enterprises of the food industry.

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

Number of sources – 14; tables – 1.

Постановка проблеми. Функціонування сучасної світової економіки характеризується ознаками глобальної кризи, масштабними міжсистемними трансформаціями, явними ознаками зрушень в історичних типах світової спільності, набуттям глобальною економікою характеру дисипативного, гетерогенного за своїм змістом середовища, що містить у собі різноякісні структурні утворення, які взаємодіють між собою не за логікою детермінації, а за принципами нелінійної динаміки та на основі постулатів самоорганізації складних систем. Зазначене накладає відбиток на парадигму та алгоритми управління на всіх рівнях, на світобачення загалом. А загострення трансформаційних суперечностей під впливом дії євроінтеграційних процесів актуалізували необхідність формування нової

парадигми суспільного розвитку, в якій завдання досягнення кількісного зростання поступається місцем завданню забезпечення сталого еколого-соціально-економічного розвитку в межах світового господарства.

Еволюція економічної науки впродовж останніх десятиріч супроводжується орієнтацією на забезпечення досягнення соціальних пріоритетів. Домінуючі тенденції розвитку економічної науки останнього десятиліття актуалізують проблеми соціальної орієнтованості управління економічними процесами та дослідження понять, як-от «соціально орієнтована економіка», «соціалізація економіки», «соціальна політика підприємства», «соціальна відповідальність» тощо. Особливої уваги наразі набувають питання соціально-відповідального управління та регулювання цих процесів на різних рівнях економічної системи. Враховуючи різноманітність наукових підходів до розуміння сутності соціальної відповідальності, дослідження їхнього розвитку необхідне для визначення та розуміння суті соціальної відповідальності бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням теоретичних засад і прикладних рекомендацій стосовно забезпечення стратегічного розвитку підприємства на засадах соціальної відповідальності займалися такі закордонні та вітчизняні автори: Г. Арас, Д. Барон, О. Грішнова, К. Девіс, А. Зінченко, О. Зибарева, А. Карол, Дж. Кларк, А. Колот, О. Новікова, О. Панухник, В. Раймонд, М. Саприкіна, Г. Сталінська, Н. Супрун, Дж. Фішер, Т. Хакслі та багато інших. Розвиток концепції соціальної відповідальності в системі взаємовідносин «держава-підприємство-суспільство» аналізували І. Ворончак, Д. Гібонс, Т. Ігнатенко, О. Коцій, Ф. Котлер, О. Легченко, А. Матрага, Я. Пушак, С. Хілтон та інші. Однак такі дослідження мають розрізнений несистемний характер, недостатньо вивченими залишаються питання ефективного впливу практик соціальної відповідальності на суспільство, забезпечення стратегічного бачення розвитку соціальної відповідальності, потребує удосконалення методика оцінки рівня соціальної відповідальності. Недостатня розробленість і практична значущість зазначених питань обумовили вибір теми статті, визначили її мету, завдання та основні напрями дослідження.

Мета статті – дослідження стратегічних орієнтирів розвитку складових системи соціальної відповідальності бізнесу на підприємствах харчової промисловості.

Результати дослідження. Згідно з результатами комплексних досліджень Центру КСВ у Україні «Розвиток КСВ в Україні» та Київського інституту міжнародної соціології, що проводились у 2005, 2010 та 2018 роках, соціальна відповідальність поки ще не стала частиною організаційного управління в компаніях, оскільки тільки в половини з тих, які реалізують політику КСВ (а таких 83 % з 400 опитаних підприємств Єдиного державного реєстру юридичних осіб та громадських організацій), є стратегія (політика) соціальної відповідальності, лише чверть має бюджет на виконання програм/заходів із соціальної відповідальності, а в більшості компаній пошуком ідей для програм із КСВ та розробкою планів їхньої реалізації займається керівництво [1, с. 5]. При цьому головним стимулом реалізації політики КСВ є моральні міркування, а основними перешкодами для впровадження політики КСВ представники компаній називають брак коштів, нестабільну політичну ситуацію в країні, недосконалість нормативно-правової бази, яка б сприяла цій діяльності, та податковий тиск. На думку представників бізнесу в Україні, політика КСВ має бути спрямована на три ключові аспекти: розвиток і поліпшення умов персоналу, інвестиції в розвиток регіону та захист і підтримку споживачів [1, с. 6].

Асоціація з ЄС відкриває для України великі можливості для бізнесу щодо розвитку соціальної відповідальності. Зокрема, започатковано низку соціальних та екологічних ініціатив, освітніх проєктів, центрів підтримки бізнесу, програм розвитку малого/середнього підприємництва (МСП), проєктів щодо просування продукції українських компаній на європейський ринок тощо, які спрямовані на поширення позитивних практик сталого зростання та КСВ в українську ділову спільноту.

Так, з метою сприяння сталому економічному розвитку в Україні завдяки росту компаній, збільшенню можливостей для працевлаштування та регіональному процвітання, EU4Business (Ініціатива Європейського Союзу «EU4Business» – загальна ініціатива, що охоплює всю діяльність ЄС, спрямовану на підтримку МСП в країнах Східного партнерства) у партнерстві з Європейським банком реконструкції та розвитку (ЄБРР) запустили Мережу центрів підтримки бізнесу в Україні [2], що буде корисним для щонайменше 30 000 МСП та підприємців. Зараз по всій країні діють 15 центрів підтримки бізнесу. Крім того, понад 78 МСП

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

отримали доступ до консультаційних послуг у межах програми. Вона призначена для МСП, які ведуть діяльність в усіх галузях, приділяючи особливу увагу підприємствам в окремих підгалузях: сільське господарство, харчова промисловість та пакування; туризм; інновації; інформаційно-комунікаційні технології; виробництво та професійні послуги; логістика; товари народного споживання; зелена економіка.

У 2017 році на бізнес-форумі Східного партнерства був представлений регіональний меморандум, розроблений за участю близько 200 бізнес-асоціацій із шести країн Східного партнерства, який містить сукупність рекомендацій «щодо поліпшення умов для зростання та створення найсприятливішого бізнес-клімату» [3].

Закликаючи директивні органи до проведення систематичного діалогу між державним та приватним секторами за участю МСП, який є ключовим елементом у розробці та впровадженні реформ, регіональний меморандум містить сукупність ключових рекомендацій для вирішення конкретних проблем у регіоні, а саме:

- спрощення адміністративних процедур для МСП та забезпечення рівних правил шляхом впровадження чесного конкурентного законодавства;
- підвищення фінансової грамотності серед МСП для того, щоб вони справлялися зі складними процедурами кредитування та фінансування;
- впровадження онлайн-платформи в країнах Східного партнерства, яка дасть можливість МСП спілкуватися між собою та мати легкий доступ до інформації;
- створення інноваційних структур у кожній країні;
- вирішення проблеми нестачі відповідних навичок через реалізацію освітніх реформ та залучення бізнес-спільнот до складання навчальних планів;
- спрощення та стабілізація податкової та митної систем для МСП та виховання ставлення до МСП на рівні з державними та великими підприємствами;
- надання МСП допомоги у подоланні технічних бар'єрів у торгівлі через забезпечення кращого доступу до стандартизації та сертифікації послуг.

2018 року у продовження загальноєвропейської ініціативи (Європейський Пакт заради молоді, 2015 р. – документ, що має на меті

побороти проблеми безробіття європейської молоді) 100 українських роботодавців, серед яких низка підприємств харчової промисловості («Нестле», «Нібулон» та інші) підписали «Пакт заради молоді – 2020» [4]. Мета Пакту звучить так: «Бізнес-спільнота та освітній сектор мають спільно відігравати активну роль у вирішенні проблеми освіти і працевлаштування молодих людей в Україні» [4]. Цілями такої співпраці є: сприяти розвитку як мінімум 700 партнерств між бізнесом та освітнім сектором, забезпечити 50000 місць для стажування та першої роботи молоді, створити умови для забезпечення 1000 молодих людей менторською підтримкою щодо побудови кар'єри.

Євроінтеграційні процеси відкривають багато можливостей, але в умовах сталого розвитку накладають і багато зобов'язань, до яких вітчизняні підприємства мають поступово пристосовуватись. Для харчової промисловості це система сертифікації харчових продуктів. Зокрема в ЄС немає вимог щодо складу продукції, проте є низка заборонених інгредієнтів, а вироблені товари повинні відповідати технічним регламентам, які встановлюють вимоги до безпеки, на відміну від колишньої системи сертифікації в Україні. Принципова різниця між відповідністю (як способу підтвердження якості товарів або послуг) і сертифікацією є те, що при декларуванні відповідності виробник або уповноважена ним особа (а не орган сертифікації) документально засвідчує, що продукція відповідає встановленим законодавством вимогам (технічним регламентам). За таких умов відповідальність повністю покладається на виробника, а якість її продукції контролює споживач. Ця процедура поступово гармонізується. В системі регулювання безпеки в ЄС ключовими документами є Кодекс Аліментаріус (Codex Alimentarius) [5], Регламент ЄС № 178/2002 (загальний харчовий закон) [6] та Розпорядження ЄС № 882/2004 [7]. В Україні на законодавчому рівні прийнято Закон «Про технічні регламенти і оцінку відповідності» [8]. Процедура відповідності регулюється Постановою Кабміну «Про затвердження модулів оцінки відповідності, які використовуються для розроблення процедур оцінки відповідності, та правил використання модулів оцінки відповідності» [9]. В умовах виходу на європейські ринки та членства в СОТ українські виробники продуктів харчування повинні чітко усвідомлювати пріоритетність використання міжнародних стандартів шляхом переходу від добровільного їхнього використання до

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

обов'язкового. Це дозволить забезпечити дію основного принципу взаємовідносин зі споживачем – контролю вимог щодо безпечності харчової продукції.

Дослідження показало, що в межах поточної економічної моделі лінійного виробництва та споживання лише невелика частина відходів промисловості використовується повторно, переробляється або продається як вторинні матеріали. Переважна ж більшість, включаючи цінні й обмежені ресурси, вивозиться на звалища або ж спалюється. В умовах обмеженості природніх ресурсів для вітчизняних виробників актуальним є перехід до моделі циркулярної (кругової економіки), що, відповідно до Глобальних цілей сталого розвитку, Стратегії «Європа 2020», «Плану дій ЄС для циркулярної економіки», затвердженого у грудні 2015 року [10], вже здійснюється європейськими підприємствами. Зокрема, План дій ЄС для циркулярної економіки спрямований на формування «закритого циклу» продуктів, що дозволяє довше зберігати їх та матеріали в ланцюгу постачання (ланцюгу вартості) та відновлювати сировину упродовж терміну експлуатації продуктів для подальшого використання. Перевагами впровадження циркулярної економіки є прогнозоване зменшення викидів діоксиду вуглецю до 2030 року вдвічі, скорочення споживання палива на 32 % до 2030 року, збереження цінних ресурсів через їхнє повторне використання у виробництвах інших галузей, стимулювання інновацій та створення робочих місць.

Дослідження показало, що однією з причин низького ступеня інноваційності у харчовій промисловості є недостатність фінансових ресурсів підприємств, які здійснюють інноваційну діяльність в основному за рахунок власних коштів. Для вирішення цієї проблеми, а також інших проблем соціального й екологічного розвитку харчової промисловості, що потребують значних фінансових вливань, пропонуємо посилити співпрацю з урядовими та неурядовими структурами на засадах державно-приватного партнерства (ДПП), яке за своєю природою є проявом соціальної відповідальності. Загалом використання партнерства держави та приватного бізнесу на засадах соціальної відповідальності сприятиме укріпленню взаємовідносин «наука – виробництво – держава», що в свою чергу є запорукою економічного зростання галузі. Крім того, використання ДПП дозволить посилити екологічну складову розвитку підприємств

харчової промисловості в контексті використання проектів в межах стратегії «Зеленого зростання» (Green Growth Strategy), яка була започаткована ОЕСР у 2011 році [11]. На сьогодні «зелене зростання» передбачає забезпечення економічного розвитку так, щоб природні багатства продовжували забезпечувати ресурси та послуги довкілля, на яких базується добробут, що відповідає цілям сталого розвитку [12].

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

У системі управління КСВ європейських компаній важливе місце належить побудові ефективних комунікацій зі стейкхолдерами, відслідкувати які допомагає нефінансова звітність, яка також засвідчує рівень прозорості діяльності підприємства. На жаль, для України підготовка та оприлюднення такої звітності не набуло належного поширення. У 2019 році лише 20 зі 100 найбільших українських підприємств підготували і розмістили на корпоративних сайтах нефінансові звіти (рис. 1).

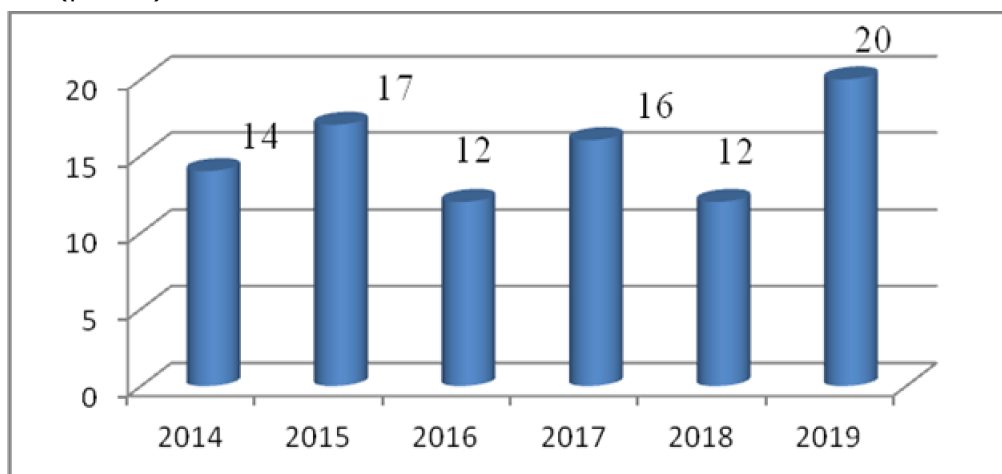


Рис. 1. Кількість підприємств-найбільших платників податків України, що оприлюднили звіт із КСВ на своїх сайтах впродовж 2014-2019 рр. (од.)*

*Джерело: [13, с. 16-17].

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

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

Таблиця 1

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

Питання	Максимальна кількість балів	Середній бал компаній – учасниць оцінювання	Кількість компаній, які розмістили відповідну інформацію	
			2018 р.	2019 р.
Компанії розмістили інформацію про місію та цінності на сайтах	3	1,5	20	24
Компанії розмістили на сайтах кодекси етики	2	0,87	29	33
Компанії розмістили на сайтах власні стратегії розвитку (здебільшого – державної форми власності)	2	0,17	10	26
Компаній розмістило інформацію про КСВ-стратегії або КСВ-цілі	4	0,48	14	20

*Джерело: складено автором з використанням [14, с. 5-6; 13, с. 20].

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

Країни ЄС у 2017 році почали виконувати положення Директив 2013/34/ЄС та 2014/95/ЄС, які зобов'язують великі компанії з персоналом понад 500 осіб (злиття та поглинання) надавати нефінансові звіти, розкриваючи екологічні, соціальні та управлінські ризики. Особливістю цих Директив є необхідність звітувати не тільки щодо внутрішніх ризиків,

а й загроз, які є в стосунках з постачальниками та субпідрядниками. Отже, навіть компанії з країн, що не входять до ЄС, але постачають туди свою продукцію, будуть змушені приділяти увагу, наприклад, обсягам викидів парникових газів, соціальним та проблемам менеджменту компанії.

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

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

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

3) прозорість діяльності та постійний моніторинг КСВ з огляду на дотримання інтересів ключових стейкхолдерів – формування системи нефінансової звітності з чіткою прив'язкою до стандартів, дат формування та оприлюднення. Статистика нефінансової звітності підприємств показує, що сьогодні більшість великих компаній прагне звітувати про свої екологічні та соціальні наслідки та постійно підвищувати їхню ефективність, оскільки це свого часу дозволило їм підвищити імідж і підтримувати ділову репутацію серед зацікавлених сторін;

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

5) тісна співпраця з урядовими та неурядовими структурами у розв'язанні соціальних та екологічних проблем – підприємства, які використовують КСВ у контексті стратегічного пріоритету, прагнуть до співпраці з урядовими та неурядовими організаціями, щоб створювати цінність для суспільства і для розвитку власних ділових можливостей, що сприяє збільшенню вартості бізнесу на довгострокову перспективу.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, можна зазначити, що поряд із ключовими напрямками КСВ харчових підприємств (охорона навколишнього середовища, якість продукції; кращі умови роботи для персоналу; підтримка місцевих громад) варто застосовувати й

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

перспективні напрями: розробка інноваційних платформ для просування технологій у галузь, створення нових робочих місць для молоді (програм зайнятості), перехід до безвідходного виробництва. Ключові форми КСВ (PR-акції, благодійність, освітні програми, волонтерство тощо) потрібно доповнювати перспективними формами: соціальне інвестування; ДПП у сфері інновацій та екології з метою модернізації технологічних процесів та матеріально-технічної бази; соціальне підприємництво. Ефективність від соціально-відповідальної діяльності підприємств харчової промисловості може посилити механізм заохочення на державному рівні (податкові пільги, кредити, канікули), який треба застосовувати перш за все для тих компаній, які ще працюють над питаннями підвищення енергоефективності використання виробничих потужностей, використання енергії відновлювальних ресурсів, здійснюють соціальні інвестиції в розвиток регіону.

Список використаних джерел:

1. Зінченко А.Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005–2010: стан та перспективи розвитку. Київ : Фарбований лис, 2010. 56 с.
2. EU4Business. URL: <http://www.eu4business.eu/uk/project/eu4business-merezhka-centriv-pidtrymky-biznesu-v-ukrayini> (дата звернення: 27 Aug 2020).
3. Регіональний меморандум «East Invest 2». URL: http://eu4business.eu/uk/medias/east-invest-2-regionalnyy-memorandum?_ga=2.11401468.939378772.1540050287-403384384.1540050287 (дата звернення: 27 вересня 2020).
4. Пакт заради молоді – 2020. URL: <http://careerhub.in.ua/wp-content/uploads/2018/09/buklet-Pakt-2020-5.pdf> (дата звернення: 27 вересня 2020).
5. Trade and Food Standards. Food and Agriculture Organization of the United Nations and the World Trade 2017. URL: <http://www.fao.org/3/i7407en/I7407EN.pdf> (дата звернення: 27 вересня 2020).
6. Регламент ЄС № 178/2002. URL: <http://www.fsvps.ru/fsvps-docs/ru/usefulinf/files/es178-2002.pdf> (дата звернення: 27 серпня 2020).
7. Розпорядження ЄС № 882/2004. URL: <http://www.fsvps.ru/fsvps-docs/ru/usefulinf/files/es882-2004.pdf> (дата звернення: 27 серпня 2020).
8. Про технічні регламенти і оцінку відповідності : Закон України від 15.01.2015 р. № 124-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-19> (дата звернення: 27 серпня 2020).
9. Про затвердження модулів оцінки відповідності, які використовуються для розроблення процедур оцінки відповідності, та правил використання модулів оцінки відповідності : Постанова Кабміну від 13.01.2016 р. №95. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/95-2016-%D0%BF/print1476185744532227> (дата звернення: 27 серпня 2020).
10. An EU action plan for the Circular Economy. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52015DC0614> (дата звернення: 27 серпня 2020).
11. Girouard N. The Green Growth Strategy: Reshaping the OECD's Work Agenda for the Years to Come. URL: <http://www.greeneconomycoalition.org/know-how/green-growth-strategy-reshaping-oecd%E2%80%99s-work-agenda-years-come> (дата звернення: 27 серпня 2020) (in Eng.).

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

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

14. Індекс прозорості сайтів українських компаній 2019. Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». URL: <https://sostav.ua/publication/ndeks-prozorost-sajt-v-ukrainskikh-kompan-j-2019-86588.html> (дата звернення: 27 серпня 2020).

References:

1. Zinchenko, A.H. (2010). *Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist' 2005–2010: stan ta perspektyvy rozvytku* [Corporate social responsibility 2005–2010: state and prospects of development]. Farbovanyy lys, Kyiv, 56 p. (in Ukr.).

2. EU4Business. URL: <http://www.eu4business.eu/uk/project/eu4business-merezha-centriv-pidtrymky-biznesu-v-ukrayini> (Accessed 27 Aug 2020) (in Ukr.).

3. East Memorandum Regional Memorandum. URL: <http://eu4business.eu/uk/medias/east-invest-2-regionalnyy-memorandum?ga=2.11401468.939378772.1540050287.403384384.1540050287> (Accessed 27 Sep 2020) (in Ukr.).

4. Pact for Youth – 2020. URL: <http://careerhub.in.ua/wp-content/uploads/2018/09/buklet-Pakt-2020-5.pdf> (Accessed 27 Sep 2020) (in Ukr.).

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

6. EU Regulation № 178/2002. URL: <http://www.fsvps.ru/fsvps-docs/ru/usefulinf/files/es178-2002.pdf> (Accessed 27 Aug 2020) (in Ukr.).

7. EU Regulation № 882/2004. URL: <http://www.fsvps.ru/fsvps-docs/ru/usefulinf/files/es882-2004.pdf> (Accessed 27 Aug 2020) (in Ukr.).

8. *On technical regulations and conformity assessment*, Law of Ukraine of 15.01.2015 №124-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-19> (Accessed 27 Aug 2020) (in Ukr.).

9. *On approval of conformity assessment modules used for the development of conformity assessment procedures and rules for the use of conformity assessment modules*, Resolution of the Cabinet of Ministers of 13.01.2016 №95. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/95-2016-%D0%BF/print1476185744532227> (Accessed 27 Aug 2020) (in Ukr.).

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

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

12. OECD (2014). Strategic public/private partnerships in science, technology and innovation. *Final report. Working Party on Innovation and Technology Policy*, 16–17 December 2014. Paris, 58 p. (in Eng.).

13. Zinchenko A., Reznik N. (2018). *Indeks prozorosti saytiv ukrayins'kykh kompaniy – 2017* [Index of transparency of sites of Ukrainian companies – 2017]. Yuston Publishing House, Kyiv, 28 p. (in Ukr.).

14. Index of transparency of sites of Ukrainian companies 2019. Center "Development of corporate social responsibility". URL: <https://sostav.ua/publication/ndeks-prozorost-sajt-v-ukrainskikh-kompan-j-2019-86588.html> (Accessed 27 Aug 2020) (in Ukr.).