

## СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

*У статті проведено аналіз упровадження соціально відповідальних практик у світі та Україні. Встановлено тенденції реалізації соціальної відповідальності світовими компаніями. Визначено особливості відповідальних бізнес-практик в Україні. Досліджено застосування форматів соціальної звітності українськими та міжнародними компаніями. Діагностовано впровадження цілей сталого розвитку в діяльність українських підприємств.*

**Ключові слова:** соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна репутація, міжнародні стандарти, сталий розвиток, нефінансовий звіт.

*В статье проведен анализ внедрения социально ответственных практик в мире и Украине. Установлены тенденции реализации социальной ответственности мировыми компаниями. Определены особенности ответственных бизнес-практик в Украине. Исследовано использование форматов социальной отчетности украинскими и международными компаниями. Диагностировано внедрение целей устойчивого развития в деятельность украинских предприятий.*

**Ключевые слова:** социальная ответственность бизнеса, корпоративная репутация, международные стандарты, устойчивое развитие, нефинансовый отчет.

*The analysis of introduction of socially responsible practices in the world and in Ukraine is presented. The tendencies of implementation of social responsibility by the world companies are established. The features of responsible business practices in Ukraine are determined. The application of social reporting formats by Ukrainian and international companies is researched. The implementation of the goals of sustainable development in the activities of Ukrainian enterprises was diagnosed.*

**Keywords:** social responsibility of business, corporate reputation, international standards, sustainable development, non-financial report.

**Постановка проблеми.** Аналіз динаміки глобального ринку соціального інвестування [1], публікації та дослідження чинників споживчої лояльності [2] і розвитку компаній [3] свідчать про значне поширення у світі процесів соціально відповідального інвестування, підвищену увагу суспільства до соціальної активності підприємств та успішність розвитку компаній, що впроваджують практики соціальної відповідальності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Згідно з даними звіту компанії “Nielsen” більшість споживачів під час прийняття рішень про придбання товару певного бренду враховують активність останнього щодо вжиття заходів соціального спрямування. Зокрема, на програми підприємства щодо захисту природного середовища звертають увагу 85,0% опитаних респондентів, вирішення соціальних проблем – 80,0%, підтримки локальної економіки – 82,0%, прозорості бізнесу компанії – 84,0%. Стосовно успіш-

ності компаній, то більшість тих, що входять до груп G250 та N100 [4] і мають найвищий рівень репутаційного капіталу [5–7], є учасниками Глобального договору ООН (ГД ООН) та активно впроваджують практики соціального менеджменту.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Активність українських підприємств щодо впровадження соціальних практик у діяльність певною мірою визначається світовими тенденціями розвитку соціальної відповідальності, що зумовлює актуальність досліджень у цьому напрямі.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження соціально відповідальних практик у світі та Україні, визначення особливостей їх реалізації світовими й українськими компаніями.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Дослідження соціально відповідальних практик здійснено за даними світових компа-

## Держава та регіони

ній, що входять до рейтингів G250 та N100, а також найбільших українських підприємств за оцінками Центру «Розвиток КСВ» [4; 8]. Для забезпечення порівняння результатів під час дослідження використано характеристики, які, згідно з оглядом наукової літератури [4; 8], є найбільш загальними та дають змогу отримати однозначний висновок про соціальну діяльність підприємств. До таких характеристик віднесено активність реалізації соціальних проектів на підприємствах загалом та в галузевому розрізі зокрема, пріоритетні напрями розвитку соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) та формати оприлюднення нефінансової звітності.

Вивчення світових тенденцій у сфері розвитку СВБ на підставі опублікованих даних [4] дає змогу стверджувати, що практики соціальної відповідальності та подання інформації за її результатами впроваджені в більшості великих компаній світового рівня. Згідно з даними 2017 р. 93,0% компаній, що входять до сукуп-

ності G250, та 73,0% з рейтингу N100 подають соціальні звіти (CR-звіт) (табл. 1).

Причому їх кількість останнім часом істотно збільшується. За 1993–2017 рр. питома вага компаній, що подають звіти соціальної відповідальності, із групи G250 збільшилась у три рази, а з групи N100 – у шість разів. Тенденція до активного впровадження практик соціальної відповідальності підтверджується також рейтингом компаній з найбільш високим репутаційним капіталом. Усі компанії, що входять до складу Топ-10 світових репутаційних лідерів за останні два роки, відзначені як такі, що складають соціальну звітність і позиціонуються як компанії з високим рівнем корпоративного громадянства (табл. 2).

Слід зазначити, що, згідно зі звітами міжнародної консалтингової компанії “Reputation Institute” за 2016–2018 рр., критерій корпоративного громадянства разом з якістю продукції та управлінням визнаний основним чинником

Таблиця 1

### Динаміка публікації звітів соціальної відповідальності світовими компаніями за 1993–2017 рр., %

Рік	Компанії групи N100	Компанії групи G250
1993	12,0	–
1996	18,0	–
1999	24,0	35,0
2002	18,0	45,0
2005	41,0	64,0
2008	53,0	83,0
2011	64,0	95,0
2013	71,0	93,0
2015	73,0	92,0
2017	75,0	93,0

Джерело: складено за даними джерела [4]

Таблиця 2

### Рейтинг компаній за рівнем корпоративної репутації за 2017–2018 рр.

Місце в рейтингу корпоративної репутації	2017 р.		2018 р.	
	Назва компанії	Соціальна звітність	Назва компанії	Соціальна звітність
1	Rolex	+	Rolex	+
2	Lego	+	Lego	+
3	Walt Disney Company	+	Google	+
4	Canon	+	Canon	+
5	Google	+	Walt Disney Company	+
6	Bosh	+	Sony	+
7	Sony	+	Adidas	+
8	Intel	+	Bosh	+
9	Rolls-Royce	+	BMW Group	+
10	Adidas	+	Microsoft	+

Примітка: «+» – соціальна звітність публікується; «-» – соціальна звітність не публікується

Джерело: складено за даними джерел [5–7; 12]

корпоративної репутації, частка якого в загальній оцінці репутації компаній хоча й зменшується, проте є досить значною та становить 14,5–14,1% за періодами часу [5–7].

Щодо подання соціальних звітів за секторами економіки, то аналіз компаній G250 та N100 дав змогу визначити, що здебільшого соціальні звіти представлені компаніями добувної, хімічної, автомобільної, харчової промисловості, сфери комунальних послуг, охорони здоров'я, медіа- та телекомунікацій. У цих галузях частка підприємств, які подають соціальні звіти, становить 73,0–83,0% за періодами часу. Щодо торговельних компаній, то за даними 2017 р. питома вага підприємств, які подали соціальні звіти, становила 63,0%; хоча цей показник більше в динаміці порівняно з попереднім періодом (58,0%), проте поступається показникам компаній за секторами економіки, зазначеними вище.

Аналіз чинників, які певною мірою впливають на розвиток компаній, дав змогу зробити висновок, що серед економічних, екологічних і соціальних чинників найбільш суттєво на фінансові результати діяльності підприємства впливає ризик зміни клімату. Цей чинник як найбільш значущий відзначили 48,0% компаній, що входять до списку G250, та 28,0% з рейтингу N100 [4]. Найбільші застереження щодо кліматичних змін відзначені в торговельних, нафтогазових та автомобільних компаніях, про що свідчить висока питома вага підприємств, респонденти яких у звітності цей вид ризиків визначили як найбільш значущий для фінансових результатів. Із загальної кількості компаній, що виявили стурбованість щодо кліматичних змін, цей показник становив 67,0%, 65,0% та 63,0% відповідно за вказаними видами діяльності. З огляду на глобальний характер негативних наслідків для економіки та суспільства в разі поглиблення екологічних проблем експерти прогнозують у перспективі усвідомлення важливості та зростання уваги до реалізації екологічних проектів компаній за всіма видами економічної діяльності [4]. Крім того, для зменшення негативних наслідків зміни клімату необхідна подальша активізація діяльності країн з підвищення зобов'язань компаній у рамках реалізації національних екологічних програм.

Певний інтерес викликає інформація про формат подання соціальної звітності. Згідно з наявною практикою звітність соціального характеру подається у вигляді стандартизованих звітів (за стандартами GRI, AA1000, SA8000),

комплексних звітів (за методом потрійного підсумку, Лондонської групи порівняльного аналізу, комплексного звіту за методом групи корпоративного громадянства), у довільній формі [9–11]. Щодо практики оприлюднення соціальних звітів за групами G250 та N100, то більшість компаній цих груп відображає результати соціальних програм та проектів у складі фінансової звітності. У групі G250 питома вага таких компаній становить 78,00%, у N100 – 60,0%. Збільшення частки підприємств, що відображають соціальні досягнення у складі фінансової звітності, підтверджує тезу про значущість цієї інформації для інвестора та вплив соціальної відповідальності на інвестиційну привабливість компанії.

Результати аналізу свідчать про те, що найбільш популярним форматом для CR-звіту є GRI. Згідно з опублікованими даними в середньому 88,0% компаній застосовують формат GRI G4, 2,0% – формат GRI G3, різні аспекти GRI Standards використовує кожна десята компанія. Відзначено також формування звітності GRI з огляду на SDG (Глобальні цілі сталого розвитку ООН). Згідно з оцінками експертів у чотирьох із кожних десяти звітів відзначено впровадження елементів SDG до формату GRI (табл. 3).

Відзначено, що до країн з найвищими показниками розкриття CR-інформації належать Індія (98,0%), Велика Британія (92,0%), Данія (86,0%), Франція (83,0%), Норвегія (81,0%), США (81,0%), Швеція (80,0%) тощо. Такий високий рівень упровадження CR-практик зумовлений особливостями розвитку моделей корпоративної відповідальності, зокрема наявністю національної стратегії або стандартів КСВ (Велика Британія, США, Данія, Норвегія, Франція, Швеція), активним впливом держави (Велика Британія, Франція, Швеція) та міжнародних організацій (Велика Британія, США, Індія, Данія, Норвегія, Франція, Швеція), що пов'язане з культурними, соціальними, інституційними, економічними, правовими та іншими чинниками розвитку країн [10].

Щодо України, то, попри світові тенденції, практика впровадження соціальної відповідальності вітчизняними підприємствами є недостатньою. Згідно з результатами проведених досліджень установлено, що станом на липень 2018 р. інформацію про соціальну активність оприлюднили тільки 65 зі 100 найбільших підприємств України (табл. 4), серед яких біль-

## Держава та регіони

шість представлена гірничо-металургійними комбінатами (17 підприємств), підприємствами сфери агропромислового комплексу (16 підприємств) та енергетики (17 підприємств).

Аналіз даних про соціальну відповідальність компаній за вибірковою сукупністю підприємств України свідчить про обмеженість напрямів вжиття заходів соціального спрямування та низький рівень розкриття інформації про їх результати. З ключових заходів соціальної відповідальності підприємства акцентують увагу переважно на програмах розвитку працівників,

таких як підвищення кваліфікації, покращення умов праці, вирішення питань охорони здоров'я та безпеки працівників підприємства.

Щодо повноти розкриття інформації, то в більшості досліджених підприємств дані про соціальні програми мають описовий характер. Згідно з нашими оцінками лише кожне четверте із 65 досліджених підприємств не тільки декларує соціальні проекти, але й публікує дані про їх результативність. Проте ці дані здебільшого малоінформативні, адже не упорядковані та подані в довільній формі. Із 65 українських компа-

Таблиця 3

### Застосування форматів соціальної звітності, %

Показник	Значення
Застосування формату GRI найбільшими компаніями світу	
<i>Кількість компаній, які використовують для підготовки CR-звіту формат GRI</i>	
GRI G3	2,0
GRI G4	88,0
GRI Standards	10,0
<i>Кількість компаній, які поєднують у CR-звіті формати GRI та SDG</i>	
Компанії N100	39,0
Компанії G250	43,0
Застосування формату SDG найбільшими компаніями світу	
<i>За країнами</i>	
Німеччина	83,0
Франція	63,0
Велика Британія	60,0
Японія	46,0
США	38,0
<i>За секторами економіки</i>	
Комунальні послуги (Utilities)	58,0
Автомобільна промисловість	58,0
Роздрібна торгівля	57,0
Медіа- та телекомунікації	56,0
Охорона здоров'я	47,0
Фінансові послуги	37,0

Джерело: складено за даними джерела [4]

Таблиця 4

### Дані про соціальну відповідальність компаній за вибірковою сукупністю підприємств України

Показник	Кількість
Число підприємств сукупності, усього	100
Із них підприємства, які оприлюднили інформацію про СВБ на сайтах компаній	65
Зокрема, підприємства за сферами діяльності:	16
агропромисловий комплекс	
гірничо-металургійний комплекс	17
дистрибуція	2
енергетика	17
надання послуг зв'язку	2
торгівля	5
транспорт	4
хімічна промисловість	2

Джерело: розроблено самостійно за даними джерела [12]

## Позиція України в міжнародних рейтингах за 2015–2017 рр.

Рейтинг	2015 р.	2016 р.	2017 р.
<i>Рейтинг за індексом легкості ведення бізнесу "Doing Business"</i>			
Місце України в загальному рейтингу	96	83	76
Кількість країн у рейтингу	189	189	190
<i>Рейтинг за індексом репутації "Country Rep Trak"</i>			
Місце України в загальному рейтингу	47	59	45
Кількість країн у рейтингу	55	70	55
<i>Рейтинг за індексом екологічної ефективності</i>			
Місце України в загальному рейтингу	44	44	109
Кількість країн у рейтингу	180	180	180
<i>Рейтинг за індексом економічної свободи</i>			
Місце України в загальному рейтингу	162	162	149
Кількість країн у рейтингу	178	178	159
<i>Рейтинг за індексом сприйняття корупції</i>			
Місце України в загальному рейтингу	130	131	130
Кількість країн у рейтингу	168	176	180

Джерело: складено самостійно за даними джерел [16–19]

ній, які подають інформацію про соціальні проекти, 8 формалізують їх у вигляді певних звітів зі включенням інформації про результати своєї соціальної діяльності, а тільки 6 публікують соціальну звітність із дотриманням стандартів GRI та SDG.

Щодо розвитку дослідження з упровадження практик соціальної відповідальності в діяльність українських підприємств проаналізовано стан і динаміку підприємств-членів Глобального договору ООН. Згідно з результатами дослідження визначено, що станом на липень 2018 р. учасниками мережі ГД ООН в Україні є 60 компаній, серед яких 33 комерційні структури та 27 некомерційних структур [12]. Щодо періоду приєднання, то більшість діючих членів Глобального договору ООН України, а саме 39 учасників, долучилась до цієї ініціативи за останні п'ять років, зокрема 17 компаній приєднались протягом 2017–2018 рр.

Результати дослідження «Центру розвитку КСВ» з упровадження цілей сталого розвитку свідчать про те, що українські компанії в діяльності перш за все орієнтуються на трудові практики, інновації та охорону довкілля. Найменшу увагу українські компанії звертають на вирішення питань зменшення нерівності та збереження морських екосистем [14].

Незважаючи на позитивну динаміку кількості учасників ГД ООН України за останні роки та значно більшу їх кількість порівняно із сусідніми країнами (60 організацій України проти 27 організацій Білорусі, 7 організацій Молдови, 29 організацій Румунії, 4 організацій Словаччини) [12],

Україна досі не вибрала жодну з наявних моделей СВБ та не сформувала власну [10, с. 91], що негативно позначається на позиціях України в міжнародних рейтингах з легкості ведення бізнесу, рівня репутації країн, екологічної ефективності, економічної свободи, сприйняття корупції (табл. 5).

Як вважають деякі дослідники, така ситуація зумовлена відсутністю належного соціокультурного контексту формування соціальної відповідальності [15, с. 102], а також інституційними проблемами, які «не тільки заважають розвитку підприємництва, але й формують негативний погляд на СВБ в суспільстві» [10, с. 84]. З огляду на значущість соціальної відповідальності у забезпеченні стійкого розвитку підприємств та проблеми її розвитку в Україні розроблено Концепцію Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу [20], реалізація якої дасть змогу створити інституційні механізми поширення соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу.

**Висновки.** Враховуючи результати проведеного дослідження, ми зробили певні висновки. Практика формування та впровадження соціальної відповідальності є сучасною тенденцією розвитку світових компаній, що підтверджується активною реалізацією соціальних програм підприємствами груп G250 та N100. За результатами дослідження особливостей реалізації соціальної відповідальності зроблено висновок про високий рівень дотримання соціальної відповідальності світовими компаніями та обмеженість такої практики на українських підприєм-

ствах. Аналіз пріоритетних цілей розвитку дав змогу визначити, що світові компанії здебільшого будуть свою стратегію та соціальну політику з огляду на природно-кліматичні зміни. Щодо українських компаній, то їх соціальні заходи зорієнтовані переважно на забезпечення внутрішньої соціальної ефективності, зокрема розвиток трудових відносин у межах окремого підприємства. За результатами аналізу практики нефінансової звітності у світових компаніях діагностовано тривалість публікації соціальних звітів та формування їх із дотриманням міжнародних стандартів. Водночас за більшістю досліджених українських компаній зроблено висновок про відсутність стандартизованої нефінансової звітності та практики її підготовки. У подальшому передбачено дослідити особливості формування та впровадження соціальної відповідальності на торговельних підприємствах.

### Бібліографічний список:

1. Global Sustainable Investment Review-2016. URL: [http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2017/03/GSIR\\_Review2016.F.pdf](http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2017/03/GSIR_Review2016.F.pdf).
2. Локтев К. Новые грани социальной ответственности. URL: <http://www.nielsen.com/ru/ru/insights/news/2017/new-angles-of-social-responsibility.html>.
3. Топ-10 компаний с лучшей репутацией в мире. URL: [http://mmr.ua/show/top-10\\_kompaniy\\_s\\_luchshey\\_reputatsiyey\\_v\\_mire#715583243.1529479308](http://mmr.ua/show/top-10_kompaniy_s_luchshey_reputatsiyey_v_mire#715583243.1529479308).
4. The road ahead. The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017. URL: [https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/campaigns/csr/pdf/CSR\\_Reporting\\_2017.pdf](https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/campaigns/csr/pdf/CSR_Reporting_2017.pdf).
5. Annual Ranking of Most Reputable Companies Worldwide. URL: <https://www.reputationinstitute.com/global-reptrak-100>.
6. Мировые лидеры в области корпоративной репутации – 2017. URL: <https://reputationcapital.blog/2017/04/lidery-korporativnoj-reputacii-2017-ana>.
7. Глобальные лидеры в области корпоративной репутации – 2018. URL: <https://reputationcapital.blog/2018/03/globalnye-lidery-v-oblasti-korporativnoj-reputacii-2018>.
8. Индекс прозрачности сайтов украинских компаний // Центр КСВ. URL: [csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2016/03/TransparencyIndex-2016\\_final.doc](http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2016/03/TransparencyIndex-2016_final.doc).
9. Король С. Соціальна відповідальність бізнесу: теорія та методологія обліку: монографія. Київ: Київ.нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 416 с.
10. Петрашко Л. Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія. Київ: КНЕУ, 2013. 372 с.
11. Удод Н. Соціальний капітал міжнародного бізнесу. Молодий вчений. 2014. № 12 (15). С. 144–148.
12. United Nation Global Compact. See who's involved. URL: [https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/search?page=6&search%5Bcountries%5D%5B%5D=206&search%5Bkeywords%5D=&search%5Bper\\_page%5D=10&search%5Bsort\\_direction%5D=asc&search%5Bsort\\_field%5D=sector&utf8=%E2%9C%93](https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/search?page=6&search%5Bcountries%5D%5B%5D=206&search%5Bkeywords%5D=&search%5Bper_page%5D=10&search%5Bsort_direction%5D=asc&search%5Bsort_field%5D=sector&utf8=%E2%9C%93).
13. 200 найбільших компаній України 2016 року. URL: [https://biz.censor.net.ua/resonance/3033764/200\\_nayiblishih\\_kompanyi\\_ukrani\\_2016\\_roku](https://biz.censor.net.ua/resonance/3033764/200_nayiblishih_kompanyi_ukrani_2016_roku).
14. Рівень впровадження цілей сталого розвитку компаніями в Україні. URL: [http://csr-ukraine/wp-content/uploads/2018/01/SDG-Report\\_print.pdf](http://csr-ukraine/wp-content/uploads/2018/01/SDG-Report_print.pdf).
15. Грицина Л. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств: зарубіжний та вітчизняний досвід. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 10. Ч. 1. С. 99–102.
16. Doing Business 2018. Reforming to Create Jobs. URL: [www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/.../DB2018-Full-Report.pdf](http://www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/.../DB2018-Full-Report.pdf).
17. Позиція України в рейтингу екологічної ефективності. URL: <http://edclub.com.ua/analytika/pozyciyi-ukrayiny-v-reytyngu-ekologichnoyi-efektyvnosti-u-2018-roci>.
18. Economic Freedom of the World. URL: <https://www.fraserinstitute.org/sites/default/files/economic-freedom-of-the-world-2017.pdf>.
19. Индекс корупції CPI-2017. URL: <https://ti-ukraine.org/cpi>.
20. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. URL: [http://svb.ua/sites/default/files/201108\\_konceptiya\\_nacionalnoyi\\_strategiyi\\_svb.pdf](http://svb.ua/sites/default/files/201108_konceptiya_nacionalnoyi_strategiyi_svb.pdf).

### References:

1. Official site of Global Sustainable Investment Alliance (2018) "Sustainable Investment Review – 2016", available at: [http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2017/03/GSIR\\_Review2016.F.pdf](http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2017/03/GSIR_Review2016.F.pdf).
2. Loktev K. (2017), "New facets of social responsibility" [Online], available at: <http://www.nielsen.com/ru/ru/insights/news/2017/new-angles-of-social-responsibility.html>.
3. Official site of Marketing Media Review (2018), "Top 10 companies with the best reputation in the world", available at: [http://mmr.ua/show/top-10\\_kompaniy\\_s\\_luchshey\\_reputatsiyey\\_v\\_mire#715583243.1529479308](http://mmr.ua/show/top-10_kompaniy_s_luchshey_reputatsiyey_v_mire#715583243.1529479308).

4. Official site of KPMG (2018), "The road ahead. The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017", available at: [https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/campaigns/csr/pdf/CSR\\_Reporting\\_2017.pdf](https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/campaigns/csr/pdf/CSR_Reporting_2017.pdf).
5. Official site of Reputation Institute (2018), "Annual Ranking of Most Reputable Companies Worldwide", available at: <https://www.reputationinstitute.com/global-reprtrak-100>.
6. Official site of Reputation Capital Group (2018), "World leaders in corporate reputation – 2017", available at: <https://reputationcapital.blog/2017/04/lidery-korporativnoy-reputacii-2017-ana>.
7. Official site of Reputation Capital Group (2018), "Global leaders in corporate reputation – 2018", available at: <https://reputationcapital.blog/2018/03/globalnye-lidery-v-oblasti-korporativnoy-reputacii-2018>.
8. Official site of Center for Development of Corporate Social Responsibility (2018), "Transparency Index of Ukrainian Companies Sites", available at: [csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/01/SDG-Report\\_print.pdf](http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/01/SDG-Report_print.pdf).
9. Korol S. (2016), *Sotsialna vidpovidalnist biznesu: teoriia ta metodolohiia obliku: monohrafiia* [Social responsibility of business: the theory and methodology of accounting: monograf.], Kyiv, Ukraine.
10. Petrashko L. (2013), *Korporatyvna vidpovidalnist: kros-kulturni modeli ta biznes-praktyky: monohrafiia*. [Corporate Responsibility: Cross-Cultural Models and Business Practices: monograf.], Kyiv, Ukraine.
11. Udod N. (2014), "Social capital of international business", *Molodyi vchenyi*, no. 12 (15), pp. 144–148.
12. Official site of United Nation Global Compact (2018), "See who's involved", available at: [https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/search?page=6&search%5Bcountries%5D%5B%5D=206&search%5Bkey-words%5D=&search%5Bper\\_page%5D=10&search%5Bsort\\_direction%5D=asc&search%5Bsort\\_field%5D=sector&utf8=%E2%9C%93](https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/search?page=6&search%5Bcountries%5D%5B%5D=206&search%5Bkey-words%5D=&search%5Bper_page%5D=10&search%5Bsort_direction%5D=asc&search%5Bsort_field%5D=sector&utf8=%E2%9C%93).
13. Official site of Business censor (2018), "200 largest companies of Ukraine in 2016", available at: [https://biz.censor.net.ua/resonance/3033764/200\\_nayiblishih\\_kompanyi\\_ukrani\\_2016\\_roku](https://biz.censor.net.ua/resonance/3033764/200_nayiblishih_kompanyi_ukrani_2016_roku).
14. Official site of Center for Development of Corporate Social Responsibility (2018), "The level of implementation of the goals of sustainable development by companies in Ukraine", available at: [http://csr-ua.info/csr-ukraine/wp-content/uploads/2018/01/SDG-Report\\_print.pdf](http://csr-ua.info/csr-ukraine/wp-content/uploads/2018/01/SDG-Report_print.pdf).
15. Hrytsyna, L. (2016), "Corporate social responsibility of enterprises: foreign and domestic experience" *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya :Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, issue 10, p. 1, pp. 99–102.
16. Official site of World Bank (2018), "Doing Business 2018. Reforming to Create Jobs", available at: [www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/.../DB2018-Full-Report.pdf](http://www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/.../DB2018-Full-Report.pdf).
17. Official site of Economic Discussion Club (2018), "The position of Ukraine in the rating of environmental efficiency", available at: <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciyi-ukrayiny-v-reytingu-ekologichnoyi-efektyvnosti-u-2018-roci>.
18. Official site of Fraser Institute (2018), "Economic Freedom of the World – 2017", available at: <https://www.fraserinstitute.org/sites/default/files/economic-freedom-of-the-world-2017.pdf>.
19. Official site of Transparency International Ukraine (2018), "CPI – 2017 Corruption Index", available at: <https://ti-ukraine.org/cpi>.
20. Official site of Community of social responsibility of business in Ukraine (2018), "Concept of the National Strategy of Corporate Social Responsibility in Ukraine", available at: [http://svb.ua/sites/default/files/201108\\_koncepciya\\_nacionalnoyi-strategiyi\\_svb.pdf](http://svb.ua/sites/default/files/201108_koncepciya_nacionalnoyi-strategiyi_svb.pdf).

## **SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS: PECULIARITIES OF IMPLEMENTATION IN UKRAINE AND IN THE WORLD**

The results of the analysis of the implementation of practices of socially responsible business in the activities of world and Ukrainian companies are presented in the research paper, which is carried out in view of the activity of implementing social projects at enterprises in general and in branch, priority tendencies of development of social responsibility of business and formats of non-financial reporting disclosure. The research is conducted on the basis of the world companies' data, which form G250 and N100 ratings, as well as the largest Ukrainian enterprises of various types of economic activity. According to the results of the analysis, it is concluded that social responsibility practices and the presentation of information on its results are implemented in most world-class companies. It is established that companies, which are a part of world reputable leaders, make social reporting and are characterized by a high degree of corporate citizenship. Most world-class companies reflect the results of the social programs' and projects' implementation in the financial reporting. It is established that in the majority of cases, social reports are represented by mining, chemical, automobile, food, utilities, healthcare, media and telecommunications companies. According to the results of the analysis, it was concluded that the practice of introducing social responsibility by Ukrainian enterprises is insufficient. Only 2/3 of the enterprises made public information about social activity, most of which were represented by mining and smelting mills, enterprises of the agro-industrial complex and energy sector. It is determined that social measures are directed mainly to the internal environment of the enterprise. The most common measures of social orientation at Ukrainian enterprises are programs for improving the skills of workers, career development and training, improving working conditions, problems which are connected with the health and safety of workers. On the basis of the research, it is concluded that Ukrainian companies compile non-financial reporting and provide information about the results of social practices in an arbitrary form, primarily focusing on labour practices, innovation, and environmental protection.